

Ansehen derjenigen Gewerbetreibenden, welche die als „Wertreklame“ abgegebenen Gegenstände verkaufen. Der bei dem Abnehmer bewußt hervorgerufene Eindruck, er erhalte die Uhr oder das Elui „geschenkt“, führt zu einer Geringschätzung der Leistungen des Uhren- oder Silberwarenhändlers.

c) Weil allein offen und ehrlich die Verbilligung der Ware durch Herabsetzung des Kaufpreises ist, nicht aber durch Zuwendung von Gegenständen, deren Wert der Abnehmer nicht zu beurteilen vermag³⁾.

d) Weil der ordentliche Kaufmann aus vorstehenden Gründen die „Wertreklame“ als etwas empfindet, das mit Ehrbarkeit und Lauterkeit im Geschäftsleben nicht in Einklang gebracht werden kann. Mit seiner kaufmännischen Erziehung, mit seinem kaufmännischen Gewissen kann er es nicht vereinbaren, Zugaben oder qualifizierte Mengenrabatte zu gewähren. „Was will freilich der solide Geschäftsmann tun, wenn sein nächster Mitbewerber Zugaben verteilt und die Kunden an sich reißt?! Wohl oder übel muß schließlich auch er seine stolzen und wahren Grundsätze aufgeben und nach der Art der Jahrmärkteverkäufer seine Waren anpreisen. Der Verwilderung der Sitten im Wettbewerbskampf sind Tor und Tür geöffnet“⁴⁾.

e) Weil der Kaufmann, der dank seiner Vorbildung und seiner Erfahrungen als vertrauenswürdiger Verkäufer der als „Wertreklame“ abgegebenen Gegenstände berufen ist, aus seiner Funktion gedrängt wird und sich nur noch als „Schäfer“ oder „Reparateur“ betätigen darf.

Vorstehende Gründe hätten ausreichen müssen, daß eine einheitliche Rechtsprechung schon längst die Gewährung von Zugaben oder qualifizierten Mengenrabatten nach § 1 des Wettbewerbsgesetzes für unzulässig erklärt hätte. In einem Urteil vom 30. September 1930⁵⁾ hat das Reichsgericht hierzu jedoch folgendes ausgeführt:

„... Der Vertreter des Revisionsbeklagten hat in der mündlichen Verhandlung noch zwei besondere Gründe angeführt, aus denen sich der Verstoß gegen die guten Sitten ergeben soll. Einmal hätten die von der Klägerin als Preise ausgesetzten Gegenstände ihrer Beschaffenheit nach nichts mit den Waren zu tun, die sie vertreibt. Eine Reklameveranstaltung, bei der gewisse Sachen — wie hier, ohne Entgelt — an Leute aus dem Publikum verabfolgt würden, stehe aber nur dann mit den guten Sitten im Einklang, wenn die so verabfolgten Gegenstände Bezug hätten auf die eigenen Waren oder Leistungen des betreffenden Geschäfts. Diese Beanstandung geht fehl. Es ist nicht ersichtlich, warum die Verabreichung betriebsfremder Gegenstände weniger einwandfrei sein soll als die Hingabe betriebseigener oder wenigstens solcher Waren, die nach ihrer Zweckbestimmung oder Beschaffenheit mit den eigenen in irgendeinem Zusammenhang stehen. Der vom Revisionsbeklagten aufgestellte Satz widerspricht auch der Wirklichkeit der Dinge. Denn erfahrungsgemäß werden z. B. auf dem Gebiete des Zugabewesens vielfach auch betriebsfremde Gegenstände an Kunden verabfolgt, ohne daß gerade deshalb ein Einwand gegen diese Art von Reklame laut geworden wäre ...“

Mit diesen Ausführungen bekundet das Reichsgericht nicht nur eine bedauerliche Unkenntnis der gegen die „Wertreklame“ an sich vorgebrachten Argumente, sondern

3) Als „Zugabeartikel“ werden namentlich Porzellan- und Metallwaren sowie Uhren bevorzugt, offensichtlich deshalb, weil deren Wert vom Publikum nur höchst unsicher geschätzt werden kann.

4) Heßler, a. a. O., S. 24.

5) Abgedruckt in der „Juristischen Wochenschrift“ 1931, S. 451 ff.

setzt sich mit einer unfäßbaren Selbstverständlichkeit über den seit Jahrzehnten und in der letzten Zeit mit aller Talkraft und Entschlossenheit geführten Kampf ehrbarer Kaufleute um Sitte und Anstand im geschäftlichen Verkehr hinweg. Das Reichsgericht hat offensichtlich die Auffassung billig und gerecht denkender Kaufleute über die „Wertreklame“, über das „Zugabewesen“ nicht ausreichend berücksichtigt⁶⁾, und deshalb ist die

Forderung nach einer gesetzlichen Regelung des Zugabewesens

berechtigt und dringend.

Wenn auch bereits nach geltendem Recht die Gewährung von Zugaben oder qualifizierten Mengenrabatten schlechthin als eine sittenwidrige Wettbewerbsmaßnahme beurteilt werden müßte⁷⁾, so hilft diese Erkenntnis nichts, wenn die Gerichte ihr nicht folgen und sich nicht rückhaltlos hinter die Ansicht besonnener Kaufleute stellen. Auf das höchste müßte es deshalb in den beteiligten Handelskreisen befremden, daß gerade die Industrie- und Handelskammer Leipzig, die in ihrem Gutachten vom 13. April 1929 die durch das angeführte reichsgerichtliche Urteil für zulässig erklärte Wettbewerbsbehandlung als sittenwidrig beurteilt hatte, gleichwohl daran festhielt, sich gegen eine gesetzliche Regelung des „Zugabewesens“ auszusprechen⁸⁾. Solange die Gerichte noch versuchen, die Frage der Zulässigkeit der „Wertreklame“ unter dem Gesichtspunkt zu beurteilen, ob diese preis erhöhend wirkt oder sonstige Nachteile für die Abnehmer mit sich bringt, haben sie weder den Geist des Wett-

6) Vgl. Cahn, Über die Kerngedanken einiger neuerlicher Wettbewerbsentscheidungen, Gutachten und Abhandlungen, in „Markenschutz und Wettbewerb“ 1931, S. 241 ff., wo im Hinblick auf das Urteil des Reichsgerichts folgendes ausgeführt wird:

„... Ich möchte kurz und bündig, wie ich das ähnlich schon wiederholt bei der Frage des Zugabewesens getan habe, mich so äußern, wie es ein früherer Monarch anläßlich der Besichtigung einer Kunstveranstaltung getan hat: die ganze Richtung gefällt mir nicht. In solchen Veranstaltungen liegt etwas Gewalttätiges und Verkrampftes ... Es liegt etwas Korruptives, Ordnung und Zucht im Handel und Wandel Untergrabendes in diesen tollen Geschenken, die ja doch letzten Endes nur das Plenum der Käufer selbst bezahlt. Die Industrie- und Handelskammer in Leipzig wußte sehr wohl, was sie tat, als sie in unserem konkreten Fall solches Getriebe unterlassen sehen wollte ...“

7) Vgl. Heßler, a. a. O., S. 29: „Die Gewährung von Zugaben ist ... sittenwidrig, sie bildet einen Verstoß gegen § 1 des Wettbewerbsgesetzes, wenn sie von den Gewerbsgenossen in überwiegender Anzahl mit einer das Unsittliche rein sachlich rechtfertigenden Begründung abgelehnt wird.“

8) Die Industrie- und Handelskammer Leipzig teilte dem Zentralverband der Deutschen Uhrmacher hierüber unter dem 14. April 1931 folgendes mit:

„... Sie mögen recht haben, daß die Hoffnungen, die man damals (1925!) noch auf die Entwicklung der Rechtsprechung setzte, heute nach dem Reichsgerichtsurteil vom 30. September 1930 stark erschüttert worden sind. Wir sind durch dieses Urteil ebenfalls enttäuscht worden, zumal die Vorinstanzen unter Verwendung des von uns in diesem Falle erstatteten Gutachtens ... sich auf den Boden der von der ehrbaren Kaufmannschaft vertretenen Verkehrsanschauung gestellt hatten. Trotzdem haben wir uns dadurch in unserer grundsätzlichen Anschauung nicht beeinflussen lassen, da wir mit Ihnen nach wie vor der Auffassung sind, daß die beste gesetzliche Handhabe zur Bekämpfung von Mißständen auf diesem Gebiet im § 1 UWG. bereits besteht. Es ist nicht gesagt, daß eine solche höchstrichterliche Entscheidung ein für allemal die zukünftige Rechtsauffassung in dieser Frage festlegen muß; denn der Kampf der öffentlichen Meinung um diese Dinge dürfte auch an der Rechtsprechung des höchsten deutschen Gerichtshofes nicht ganz wirkungslos vorübergehen. Inzwischen hat ja auch das Oberlandesgericht Hamm in einem anderen Verfahren ein Urteil (3 U 281/30) gefällt, das der auch in unserem Gutachten vertretenen Auffassung sich durchaus anschließt. Vielleicht bietet sich die Möglichkeit, auf diesem Wege den letzten „Fehl-spruch“ des Reichsgerichts zu reparieren ...“