



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER  
56. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 9. OKTOBER 1931 / Nummer 41

## Unzulässiges und Erlaubtes im Wettbewerb mit ortsfremden Etagengeschäften — Schleuderpreise im Uhrmachergewerbe

Von Rechtsanwalt Dr. Fritz Heßler, Halle (Saale)

1. In dem Schaufenster des Uhrmachers V. in M. war eine Karte mit folgendem Aufdruck aufgestellt.

„Lassen Sie sich nicht verführen, von ortsfremden Etagengeschäften oder Basaren Uhren zu kaufen; denn in meinem soliden Fachgeschäft werden Sie noch billiger bedient und noch dazu fachmännisch beraten. Beispielsweise: Armbanduhr für Knaben schon von *RH* 6,50 an, do. für Damen *RH* 8,—.“

In der Nähe dieses Geschäftes befindet sich eine im Obergeschoß eines Hauses eingerichtete Verkaufsstelle einer Uhrenhandlung P. in D. Diese nahm Uhrmacher V. auf Unterlassung der auf jener Karte enthaltenen Ankündigungen in Anspruch und erwirkte zu dessen Sicherung beim Landgericht M. am 3. Februar 1931 eine einstweilige Verfügung. Gegen diesen Beschluß erhob V. Widerspruch. Das Landgericht M. hielt jedoch durch Urteil vom 13. Mai 1931 seine einstweilige Verfügung aufrecht. Nunmehr legte V. gegen dieses Urteil Berufung beim Oberlandesgericht Naumburg ein. Durch Urteil vom 28. August 1931 — 1 U. 185/31 — gab dieses der Berufung nur teilweise statt. Das in der einstweiligen Verfügung des Landgerichts M. ausgesprochene Verbot,

in Beziehung auf den geschäftlichen Wettbewerb der Verkaufsstelle der Uhrenhandlung P. den Ausdruck „verführen“ zu gebrauchen, in Beziehung auf die Art des Geschäftes der Uhrenhandlung P. von „Basaren“ zu sprechen und im Gegensatz zu einem Geschäft von der Art der Uhrenhandlung P. die Solidität des eigenen Geschäftes zu betonen oder Ausdrücke von gleicher Bedeutung in herabsetzender Weise anzuwenden,

wurde bestätigt, der weitergehende Antrag der Uhrenhandlung P. dagegen unter entsprechender Aufhebung der angefochtenen einstweiligen Verfügung zurückgewiesen. Die Entscheidungsgründe des Berufungsurteils besagen hierzu folgendes.

„... Es verstößt gegen die guten Sitten, das Geschäft der Antragstellerin mit einem »Basar« in Vergleich zu stellen, in welchem bekannterweise billige, minderwertige Waren verkauft werden, im Gegensatz hierzu das eigene Geschäft als »solide« zu bezeichnen und den Wettbewerb der Antragstellerin als »verführen« zu kennzeichnen.

Nicht unerlaubt ist, wenn der Antragsgegner behauptet, er verkaufe ebenfalls billig oder noch billiger; denn das ist eine viel zu allgemein gehaltene Anpreisung, und es steht auch nichts entgegen, wenn der Antragsgegner darauf hinweist, daß in seinem Geschäft fachmännische Beratung geboten wird, ganz gleichgültig, ob die Kunden fachmännische Beratung auch im Geschäft der Antragstellerin erhalten können oder nicht.

Es enthält auch nichts Unlauteres, wenn der Antragsgegner in Beziehung auf die Antragstellerin von ortsfremden Etagengeschäften spricht. Das Wort Etagengeschäft enthält nichts Herabsetzendes. Die Antragstellerin bezeichnet ihr Geschäft selbst so.

Zu Unrecht findet die Antragstellerin auch etwas Unerlaubtes in der Verbindung des Ausdrucks Etagengeschäft mit ortsfremd. Es ist zu berücksichtigen, daß dem Antragsgegner das Recht zugestanden werden muß, sich in angemessener Weise gegen den mit großen Worten arbeitenden Wettbewerb der Antragstellerin zu wehren. Viele Kaufliebhaber geben dem ortseingesessenen Meister den Vorzug vor einem Großbetrieb von außerhalb, der an dem Heimatort des Kaufpublikums nur ein Zweiggeschäft unterhält. Dies geschieht vielfach ganz ohne Rücksicht darauf, ob der ortsansässige Meister preiswerter und besser liefert oder nicht, sondern aus allgemeinen wirtschaftspolitischen Erwägungen, insbesondere aber auch aus Interesse am Blühen und Gedeihen des Handwerks und der kleineren Geschäfte der Heimatgegend. Es ist das gute Recht des Antragsgegners, auf seine Ortsansässigkeit hinzuweisen und dadurch Kunden zu veranlassen, das ortsansässige Geschäft gegenüber der ortsfremden Firma zu bevorzugen. ...“

Sowohl aus der Urteilsformel wie aus den Entscheidungsgründen geht hervor, daß das Gericht den Ausdruck „verführen“, das Wort „Basar“ und die Hervorhebung der Zuverlässigkeit des eigenen Geschäftes gerade im Wettbewerb des Uhrmachers V. mit der Uhrenhandlung P. als sittenwidrig ansieht. Diese Feststellung hat zur Voraussetzung, daß die streitige Karte gerade die Uhrenhandlung P. meint oder wenigstens mit meint und daß diese Beziehung für das Publikum, an das sich