



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER
57. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 18. MÄRZ 1932 / Nummer 12

Verordnung des Reichspräsidenten zum Schutze der Wirtschaft vom 9. März 1932

Von Rechtsanwalt Dr. Friß Heßler in Halle (Saale)

Die Verordnung befaßt sich im wesentlichen mit wettbewerbs- und gewerbepolizeirechtlichen Vorschriften, die vor allem der Erhaltung und Förderung des gewerblichen Mittelstandes dienen und deshalb für den Uhrenfachhandel und das Uhrmacherhandwerk hervorragende Bedeutung besitzen. Im folgenden geben wir eine gedrängte Übersicht über die verschiedenen Teile der neuen Verordnung.

Der erste Teil behandelt in fünf Paragraphen das **Zugabewesen,**

und zwar in Anlehnung an den von der Reichsregierung dem Reichsrat vorgelegten Entwurf eines Gesetzes über die Gewährung von Zugaben zu Waren oder Leistungen. Jener Entwurf war auf die Gewährung von Zugaben „im Einzelhandel“ beschränkt. Die Verordnung dagegen hat das Verbot auf die Gewährung von Zugaben „im geschäftlichen Verkehr“ schlechthin ausgedehnt.

Zu schwerwiegenden Bedenken gab die in dem Entwurf vorgesehene Ausnahme Anlaß, daß das Verbot dann nicht Platz greifen sollte, wenn der die Zugabe Gewährende sich erbielet, an Stelle der Zugabe einen festen, von ihm ziffernmäßig zu bezeichnenden Geldbetrag bar auszuzahlen. Diese Ausnahme hat die Verordnung zwar übernommen, jedoch mit der Einschränkung, daß der zu bezeichnende Geldbetrag „nicht geringer als der Einstandspreis¹⁾ der Zugabe sein darf“. Bei dem Angebot oder der Ankündigung einer solchen Zugabe ist auf das Recht, an Stelle der Zugabe den Barbetrag zu verlangen, hinzuweisen sowie hinsichtlich jeder Zugabe der für sie zu zahlende Barbetrag anzugeben. Ob und inwieweit die Ausnahme in ihrer jetzigen Fassung dazu führen wird, daß die bisherigen Mißstände in veränderter Form fortbestehen, bleibt abzuwarten. Jedenfalls bringt diese Regelung für den Einzelhandel eine neue Gefahr, insofern das Publikum auf den Unterschied hingewiesen werden wird, der im ordentlichen Einzelhandel für die hier als Zugabe abgegebene Ware zwischen dem Händlereinkaufs- und dem Publikumsverkaufspreis besteht. Im einzelnen ist zu dem Gesetz folgendes zu sagen.

1) Unter Einstandspreis versteht man den Einkaufspreis der Ware oder der zu ihrer Erzeugung oder Herstellung verwandten Rohstoffe oder Zwischenerzeugnisse. Der tatsächlich gezahlte Einkaufspreis, wie er sich unter Abzug der etwaig gewährten Skonti und Rabatte stellt, ist gemeint.

Das Gesetz verzichtet auf eine Begriffsbestimmung der Zugabe. Eine Zugabe soll jedenfalls auch dann vorliegen, wenn die Zuwendung nur gegen ein geringfügiges, offenbar bloß zum Schein verlangtes Entgelt gewährt wird. Das gleiche gilt, wenn zur Verschleierung der Zugabe eine Ware oder Leistung mit einer anderen Ware oder Leistung zu einem Gesamtpreis angeboten, angekündigt oder gewährt wird. Das Verbot soll aber nicht Platz greifen,

a) wenn lediglich Reklamegegenstände von geringem Wert, die als solche durch eine dauerhafte und deutlich sichtbare Bezeichnung der Reklame treibenden Firma gekennzeichnet sind, oder geringwertige Kleinigkeiten gewährt werden;

b) wenn die Zugabe in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrage besteht;

c) wenn die Zugabe zu Waren in einer bestimmten oder auf bestimmte Art zu errechnenden Menge gleicher Ware besteht;

d) wenn die Zugabe nur in handelsüblichem Zubehör zur Ware oder in handelsüblichen Nebenleistungen besteht;

e) wenn der die Zugabe Gewährende sich in der eingangs geschilderten Weise erbielet, an Stelle der Zugabe einen Geldbetrag bar auszuzahlen;

f) wenn die Zugabe in der Erteilung von Auskünften oder Ratschlägen besteht oder

g) wenn zugunsten der Bezieher einer Zeitung oder Zeitschrift Versicherungen bei beaufsichtigten Versicherungsunternehmungen oder bei Versicherungsanstalten abgeschlossen werden.

In jedem Falle ist es verboten, die Zuwendung als unentgeltlich gewährt (Gratiszugabe, Geschenk u. dgl.) zu bezeichnen oder sonstwie den Eindruck der Unentgeltlichkeit zu erwecken. Ferner ist es verboten, die Zugabe von dem Ergebnis einer Verlosung oder einem anderen Zufall abhängig zu machen.

Die Ausnahme unter a behandelt solche Zuwendungen, die im wesentlichen dem Bekanntwerden oder dem Bekanntbleiben eines Geschäftes oder einer Ware dienen oder wegen ihres geringfügigen Wertes nicht geeignet sind, eine kaufanreizende Wirkung in den beteiligten Abnehmerkreisen auszuüben.