

ng.

1916  
4. Januar

## Das Ausverkaufs-Verbot.

In den beteiligten Kreisen hat das vom Oberkommando in den Marken nunmehr erlassene Verbot, das die Veranstaltung von Sonderausverkäufen in Web- und Wirtwaren untersagt, eine begreifliche Erregung hervorgerufen, zumal, wie wir feststellen konnten, die amtlichen Vertretungen der Berliner Kaufmannschaft vor dem Erlaß des Verbotes nicht gehört worden sind. So wird uns sowohl von der Berliner Handelskammer als auch von der Korporation der Ältesten der Kaufmannschaft von Berlin auf Anfrage erklärt, daß sie bei den Verhandlungen, die zu dem jetzigen Verbot geführt haben, nicht hinzugezogen worden sind. Aus einer Umfrage, die wir bei den Leitern unserer großen Berliner Konfektionsgeschäfte und Warenhäuser veranstaltet haben, geht hervor, daß man allgemein durch den Umfang des Verbots überrascht worden ist. Allerdings gehen die Meinungen über seine Wirkungen auseinander. So weist man besonders darauf hin, daß es sich namentlich bei den Sonderausverkäufen in der Damen- und Mädchenkonfektion immer um die Abstoßung solcher Artikel handelt, die sehr stark der Mode unterworfen sind. Gelingt es nun jetzt nicht, diese Modewaren preiswert abzustößen, so befürchtet man, sie als später unverwertbar am Lager zu behalten. Es wird ferner betont, daß die einmal konfektionierten Stoffe keine anderweitige Verwendung finden können, so daß man durch ihre Zurückhaltung eine Streckung der Achstoffe nicht herbeiführen könnte.

Recht interessant sind die sich widersprechenden Auffassungen, die man in den Kreisen unserer Berliner Warenhausbesitzer über die Zweckmäßigkeit des neuen Verbots vertritt. So wird uns von einer Seite erklärt, daß das Verbot viel zu spät kommt, immerhin wird es auch jetzt noch den Erfolg haben, daß das Publikum nicht durch die Billigkeit der Gegenstände angelockt Einkäufe über seinen Bedarf hinaus macht. Die Waren- und Konfektionshäuser werden somit ihre Artikel jetzt nicht mehr in großen Mengen, sondern allmählich abstoßen können. Das gleiche gilt auch für die „Weißen Wochen“, zumal das Publikum wirkliche Bedarfsartikel an Wäsche nach wie vor zu kaufen pflegt. Im Gegensatz zu diesen Ausführungen erklärte uns der Inhaber eines anderen großen Berliner Warenhauses, daß das Verbot sowohl von der Kaufmannschaft als auch von der Kundschaft außerordentlich unangenehm empfunden werden dürfte; sowohl hinsichtlich der Ausverkäufe in Modeartikeln als auch im Hinblick auf die Weiße Woche befürchtet er Schäden für die Kaufmannschaft, da es nicht gelingen wird, konfektionierte Artikel, die der Mode unterworfen sind, zu beliebiger Zeit abzustößen. Sogenannte Stapelware, die beim Publikum immer beliebt ist, wurde an und für sich schon in die jetzigen Saisonausverkäufe nicht miteinbezogen.

In rechtlicher Beziehung ist die Tragweite des Verbots des Oberkommandos nicht ganz unzweifelhaft. Zu einem Ausverkauf gehört nach der Rechtsprechung des Reichsgerichts, daß der Verkauf sich auf das ganze Warenlager oder einen abgegrenzten Teil davon erstreckt, daß er beschleunigt sein soll und dadurch aus dem Rahmen des laufenden Geschäftsganges heraustritt. Ein Bestandteil dieses Verfahrens ist die Ankündigung unter der Bezeichnung eines Ausverkaufs, und es unterliegt keinem Zweifel, daß diese in Zukunft nicht mehr stattfinden darf. Nicht nur die Zeitungsanzeigen fallen fort, sondern auch die Ankündigungen innerhalb der Geschäftsräume, soweit sie z. B. auf den Unterschied des gegenwärtigen und des früheren Preises hingewiesen. Nach unseren Erkundigungen haben die Kaufhäuser, die einen Ausverkauf angekündigt hatten, sich beeilt, solche Bezeichnungen von ihren Schaufenstern und Waren zu entfernen. Hingegen kann dem Verbot nicht die Anordnung entnommen werden, die billigen Preise, die zum Zwecke des Ausverkaufs festgesetzt