

INHALTSVERZEICHNIS

|  | Seite        |
|--|--------------|
| Gliederung   | I - XII      |
| Literaturverzeichnis   | XIII - XVIII |
| Quellenverzeichnis   | XIX          |
| Abkürzungsverzeichnis  | XX - XXIII   |
| <br>   |              |
| Einleitung   | 1            |
| <u>Erstes Kapitel</u>  | 10           |
| Die vorgezogenen Schlußverkäufe  |              |
| <br>   |              |
| <u>Erster Abschnitt</u>  | 10           |
| Die vorgezogenen Schlußverkäufe im Rechtssystem der<br>Sonderverkaufsvorschriften                                |              |
| A. Die rechtliche Bedeutung der vorgezogenen<br>Schlußverkäufe   | 10           |
| I. Die Abschnittsschlußverkäufe gem. § 9 UWG   | 10           |
| II. Die Ausgestaltung der Abschnittsschlußver-<br>käufe gem. § 9 UWG   | 11           |
| III. Die Verordnung des Bundeswirtschaftsministers<br>über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom<br>13. Juli 1950 | 11           |
| IV. Die Rechtsverletzungen der vorgezogenen<br>Schlußverkäufe  | 12           |
| B. Die Möglichkeiten einer Vorwegnahme der Schluß-<br>verkäufe   | 13           |
| I. Die Sonderangebote gem. § 1 Abs. 2 der Anord-<br>nung des Reichswirtschaftsminister                           | 13           |
| 1. Begriff   | 14           |
| 2. Zulässigkeit  | 14           |
| a) Die Sonderveranstaltung gem. § 1 Abs. 1<br>der Anordnung des Reichswirtschaftsmi-<br>nisters                  | 15           |

## **II**

|  |    |
|--|----|
| aa) Die Ausverkäufe und Räumungsverkäufe   | 16 |
| bb) Der Jubiläumsverkauf und der Resteverkauf  | 16 |
| b) Das Verhältnis der Sonderveranstaltung gem. § 1 Abs. 1 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers zu den Verkaufsveranstaltungen besonderer Art | 17 |
| aa) Problemstellung  | 17 |
| bb) Die Ursache der Problematik  | 18 |
| (a) Die Wirksamkeit von § 9a UWG   | 18 |
| (b) Die Wirksamkeit der Anordnung des Reichswirtschaftsministers   | 19 |
| cc) Die Meinungen  | 19 |
| (a) Die herrschende Meinung  | 19 |
| (b) Die Mindermeinung  | 20 |
| (c) Stellungnahme  | 20 |
| c) Zusammenfassung   | 21 |
| II. Die Verkaufsveranstaltungen besonderer Art gem. §§ 7 und 7a UWG  | 22 |
| III. Die Sonderveranstaltungen gem. §§ 3 und 4 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers  | 22 |
| IV. Ergebnis   | 23 |
| <u>Zweiter Abschnitt</u>   |    |
| Die Karenzzeit   | 23 |
| <u>Zweites Kapitel</u>   | 25 |
| Die Rechtsgrundlagen des Sonderverkaufswesens im einzelnen   |    |
| <u>Erster Abschnitt</u>  | 25 |
| Die Verordnung des Bundeswirtschaftsministers über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13. Juli 1950  |    |

### *III*

|   |    |
|---|----|
| A. Die Schlußverkaufsfähigkeit der Artikel gem. § 2 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers                     | 25 |
| B. Die Werbung für die Schlußverkäufe gem. § 3 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers                          | 27 |
| I. Die Problematik des § 3 Abs. 1 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers                                       | 27 |
| II. Die Problematik des § 3 Abs. 2 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers                                      | 28 |
| <u>Zweiter Abschnitt</u>  | 29 |
| Die Anordnung des Reichswirtschaftsministers zur Regelung von Verkaufsveranstaltungen besonderer Art vom 4. Juli 1935 |    |
| A. Der Schutzzweck der Anordnung des Reichswirtschaftsministers   | 29 |
| B. Der Einzelhandel   | 31 |
| C. Die Wirksamkeit des § 1 Abs. 2 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers  | 32 |
| D. Das Verhältnis von § 1 Abs. 1 zu § 1 Abs. 2 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers                           | 33 |
| <u>Dritter Abschnitt</u>  | 35 |
| Die Richtlinien zu der Werbung vor den Schlußverkäufen  |    |
| A. Die rechtlichen Grundlagen der Richtlinien   | 35 |
| B. Die Anerkennung der Richtlinien in der Rechtsprechung  | 37 |
| C. Stellungnahme  | 39 |
| <u>Drittes Kapitel</u>  | 44 |
| Die Rechtsprechung zum Problem der vorgezogenen und der verlängerten Schlußverkäufe                                   |    |
| A. Die Häufung von Sonderangeboten als Vorwegnahme oder Verlängerung der Schlußverkäufe                               | 45 |

#### IV

|   |    |
|---|----|
| I. Zulässiges Sonderangebot - unzulässige Sonderveranstaltung   | 45 |
| 1. Die Verkehrsanschauung des Publikums   | 46 |
| 2. Die Wertungsmaßstäbe für die Abgrenzung: zulässiges Sonderangebot - unzulässige Sonderveranstaltung                                    | 47 |
| a) Der Inhalt der Ankündigung - "einzelne Waren" i.S.v. § 1 Abs. 2 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers / Waren-sortiment         | 47 |
| b) Die Gestaltung der Werbung   | 50 |
| c) Die Branchenüblichkeit   | 52 |
| d) Die zeitliche Begrenzung eines Angebotes   | 53 |
| II. Der vorweggenommene Schlußverkauf   | 55 |
| 1. Die Verkehrsanschauung des Publikums   | 56 |
| 2. Die Wertungsmaßstäbe für den vorweggenommenen Schlußverkauf  | 57 |
| a) Die zeitliche Nähe zum gesetzlichen Schlußverkauf  | 57 |
| aa) Rechtsprechung  | 58 |
| bb) Literatur   | 59 |
| b) Die Gestaltung und das Ausmaß des vorgezogenen Schlußverkaufs  | 60 |
| c) Die Innen- und Außenwerbung  | 60 |
| d) Die Schlußverkaufsfähigkeit der Ware   | 62 |
| III. Der verlängerte Schlußverkauf  | 63 |
| B. Der Räumungsverkauf gem. § 7a UWG  | 64 |
| I. Die Voraussetzungen für einen Räumungsverkauf  | 64 |
| II. Der Räumungsverkauf als Vorwegnahme oder Verlängerung des Schlußverkaufs  | 65 |
| C. Der Jubiläumsverkauf gem. § 3 Abs. 1 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers als Vorwegnahme oder Verlängerung des Schlußverkaufs | 66 |

|                  |    |
|------------------|----|
| D. Stellungnahme | 68 |
|------------------|----|

|                        |    |
|------------------------|----|
| <u>Viertes Kapitel</u> | 70 |
|------------------------|----|

Das zulässige Ausmaß der Werbung für Sonderangebote in der Vor- und Nach-Schlußverkaufszeit

|                  |    |
|------------------|----|
| A. Notwendigkeit | 70 |
|------------------|----|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| B. Der Inhalt dieses Kapitels | 71 |
|-------------------------------|----|

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| C. Die Grundlagen für die Festlegung | 72 |
|--------------------------------------|----|

|  |    |
|--|----|
| D. Die Ahndung der Wettbewerbsverstöße | 73 |
|--|----|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| E. Der Aufbau dieses Kapitels | 74 |
|-------------------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| <u>Erster Abschnitt</u> | 74 |
|-------------------------|----|

Die Einteilung der Einzelhandelsgeschäfte

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| A. Die Möglichkeiten einer Einteilung | 74 |
|---------------------------------------|----|

|  |    |
|--|----|
| B. Die Einteilung der Einzelhandelsgeschäfte | 76 |
|--|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| I. Textilbereich | 77 |
|------------------|----|

|                       |    |
|-----------------------|----|
| II. Lederwarenbereich | 78 |
|-----------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| <u>Zweiter Abschnitt</u> | 79 |
|--------------------------|----|

Vorschläge zum zulässigen Ausmaß der Werbung für Sonderangebote in der Vor- und Nach-Schlußverkaufszeit

|                      |    |
|----------------------|----|
| A. Die Vorkarenzzeit | 80 |
|----------------------|----|

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| I. Der Zeitraum der Vorkarenzzeit | 80 |
|-----------------------------------|----|

|   |    |
|---|----|
| II. Die Festlegung der zulässigen Zahl an Sonderangeboten | 82 |
|---|----|

|  |    |
|--|----|
| 1. Die Kontingentierung der Sortimentsware | 83 |
|--|----|

|  |    |
|--|----|
| a) Die Bestimmung der einzelnen Warentypen | 83 |
|--|----|

## VI

|   |     |
|---|-----|
| b) Die zulässige Zahl an Sonderangeboten                  | 86  |
| 2. Die Kontingentierung einzelner Stücke                  | 88  |
| III. Die zulässige Außen- und Innenwerbung                | 89  |
| 1. Allgemeine Bemerkungen                                 | 89  |
| a) Die Preisgegenüberstellung                             | 89  |
| b) Das Verbot der "statt" - Preis-Werbung                 | 89  |
| 2. Das Verbot von Hinweisen auf Sonderveranstaltungen     | 94  |
| 3. Die zulässige Außenwerbung                             | 95  |
| a) Die Werbung in der Presse und im Rundfunk              | 95  |
| b) Die Werbung in den Schaufenstern                       | 96  |
| 4. Die zulässige Innenwerbung                             | 97  |
| B. Die Vorschläge für die Karenzzeit                      | 98  |
| I. Der Zeitraum der Karenzzeit                            | 98  |
| II. Die zulässige Zahl an Sonderangeboten                 | 98  |
| III. Die zulässige Außen- und Innenwerbung                | 99  |
| 1. Die Außenwerbung                                       | 99  |
| 2. Die Innenwerbung                                       | 102 |
| C. Der Schlußverkauf                                      | 102 |
| I. Die Bezeichnung der Schlußverkäufe                     | 102 |
| II. Die Problematik der Preisgegenüberstellung            | 103 |
| III. Die Abgrenzung der Innenwerbung von der Außenwerbung | 106 |
| 1. Die Innenwerbung im Kaufhaus und im Fachgeschäft       | 106 |
| 2. Der Umfang der Außenwerbung                            | 108 |
| IV. Die Preissenkungspflicht der Einzelhändler            | 110 |

## VII

|   |     |
|---|-----|
| V. Der Verkauf von schlußverkaufsunfähiger Ware<br>im Schlußverkauf                           | 111 |
| VI. Das Vor- und Nachschieben von Waren   | 113 |
| VII. Die Problematik der "Restetage" gem. § 4<br>der Anordnung des Reichswirtschaftsministers | 114 |
| VIII. Die Gewährleistungsrechte der Käufer von Schluß-<br>verkaufsartikeln                    | 117 |
| D. Die Zeit nach dem Schlußverkauf  | 118 |
| E. Stellungnahme  | 120 |

### Fünftes Kapitel

122

Die bisherigen Initiativen zur Reform des Sonder-  
verkaufswesens

|  |     |
|--|-----|
| A. Die Vorschläge zur Änderung des Schlußverkaufs-<br>wesens   | 122 |
| I. Die Abschaffung einiger Vorschriften des<br>Sonderverkaufsrechts  | 122 |
| 1. Die Abschaffung der Anordnung des Reichs-<br>wirtschaftsministers vom 4. Juli 1935  | 123 |
| a) Vorschlag   | 123 |
| b) Kritik  | 124 |
| 2. Die Abschaffung der §§ 7 bis 10 UWG   | 127 |
| a) Vorschlag   | 127 |
| b) Konsequenz und Kritik   | 127 |
| II. Die Schaffung neuer Vorschriften zum Schlußver-<br>kaufswesen  | 130 |
| 1. Die Verlängerung der Karenzzeit   | 130 |
| 2. Die unterschiedliche Interpretation der<br>Begriffe "Sonderveranstaltung" und "Son-<br>derangebot"                                  | 131 |
| 3. Die Verlängerung der Schlußverkaufsperioden<br>gem. § 1 Abs. 1 der Verordnung des Bundes-<br>wirtschaftsministers vom 13. Juli 1950 | 132 |

## VIII

|   |     |
|---|-----|
| 4. Das "Plakettensystem"  | 134 |
| a) Vorschlag  | 134 |
| b) Stellungnahme  | 134 |
| III. Sonstige Vorschläge zur Änderung des Schlußverkaufswesens  | 137 |
| 1. Die Erweiterung des Warenkatalogs gem. § 2 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950 | 137 |
| 2. Das Verbot einer Preisgegenüberstellung  | 138 |
| B. Die Vorschläge zur Änderung des Ausverkaufs- und des Räumungsverkaufswesens                                | 140 |
| I. Die Änderung des Ausverkaufswesens   | 141 |
| 1. Die Mindestbestehdauer eines Einzelhandels   | 141 |
| a) Notwendigkeit und Lösungsmöglichkeiten   | 141 |
| b) Stellungnahme  | 142 |
| c) Empfehlung   | 143 |
| 2. Die Streichung von § 7 Abs. 1 b UWG  | 143 |
| II. Die Änderung des Räumungsverkaufswesens   | 144 |
| 1. Die bisherigen Reformvorschläge  | 144 |
| 2. Vorschläge zur Änderung des Räumungsverkaufswesens   | 145 |
| III. Stellungnahme  | 148 |
| <u>Sechstes Kapitel</u>   | 150 |
| Das Sonderverkaufswesen in einigen europäischen Ländern   |     |
| A. Österreich   | 150 |
| B. Schweiz  | 151 |
| C. Italien  | 153 |
| D. Frankreich   | 154 |



## IX

|  |     |
|--|-----|
| E. Belgien und Luxemburg   | 155 |
| F. Niederlande   | 156 |
| G. Die Situation in Großbritannien und in Irland   | 157 |
| <u>Siebttes Kapitel</u>  | 158 |
| Eigene Reformvorschläge  |     |
| A. Die Grundlagen für eine Reform des Schlußverkaufswesens   | 158 |
| B. Die Regelungen im einzelnen   | 160 |
| I. Die Neufassung der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950  | 160 |
| 1. Die Verlängerung der Schlußverkaufsperioden - § 1 Abs. 1 S. 2 und 3 VO Entw.  | 160 |
| 2. Die Regelung der Karenzzeit und der Vorkarenzzeit in der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950 - § 2 VO Entw. | 161 |
| a) Notwendigkeit   | 161 |
| b) Die Karenzzeit gem. § 2 Abs. 1 VO Entw.   | 162 |
| c) Die Vorkarenzzeit gem. § 2 Abs. 2 VO Entw.  | 162 |
| d) Der Tatbestand des § 2 Abs. 3 VO Entw.  | 163 |
| e) Die Zeit nach den Schlußverkäufen   | 164 |
| 3. Die Erweiterung des Warenkatalogs des § 2 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950 - § 3 VO Entw.            | 164 |
| a) Vorüberlegung   | 164 |
| b) Die Erweiterung des § 2 der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950   | 166 |
| aa) Sportartikel   | 166 |
| bb) Möbel  | 166 |
| II. Die Beschränkung der Preisgegenüberstellung - § 3 Abs. 2 UWG Entw.   | 167 |

# X

|  |         |
|--|---------|
| 1. Die Beschränkung der Preisgegenüberstellung   | 167     |
| a) Die Zulässigkeit der Beschränkung   | 168     |
| b) Die Beweislastumkehr  | 170     |
| 2. Die Tatbestandsmerkmale des § 3 Abs. 2 UWG Entw.  | 171     |
| 3. Die Notwendigkeit der Beschränkung  | 173     |
| 4. Der Sinn und Zweck der Beschränkung   | 173     |
| 5. Die rechtliche Konsequenz der Beschränkung  | 174     |
| III. Die Begriffsbestimmung des Sonderangebots i.S.v. § 1 Abs. 2 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers vom 4. Juli 1935 - § 1 Abs. 3 AO Entw. | 174     |
| IV. Die Änderung des "Reste"-Begriffs gem. § 4 Abs. 2 der Anordnung des Reichswirtschaftsministers vom 4. Juli 1935 - § 4 Abs. 2 AO Entw.            | 175     |
| 1. Vorüberlegung   | 175     |
| 2. Notwendigkeit   | 176     |
| 3. Vorschlag   | 176     |
| 4. Die Stellung des "Reste"-Begriffs   | 177     |
| <br>Nachwort   | <br>178 |
| <br>Anhang   | <br>180 |
| A. Die bundesrechtlichen Regelungen zum Recht der Sonderveranstaltungen  | 180     |
| I. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juni 1909; Auszug   | 180     |
| II. Die Anordnung des Reichswirtschaftsministers über die Neuregelung der Saison-Schlußverkäufe vom 14. Mai 1935; Auszug                             | 184     |
| III. Die Anordnung des Reichswirtschaftsministers zur Regelung von Verkaufsveranstaltungen besonderer Art vom 4. Juli 1935                           | 185     |

# XI

|  |     |
|--|-----|
| IV. Die Verordnung des Bundeswirtschaftsministers über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13. Juli 1950  | 187 |
| B. Die Richtlinien und Merkblattregeln   | 189 |
| I. Das Merkblatt für die Werbung vor den Schlußverkäufen   | 189 |
| II. Die Richtlinien der Industrie- und Handelskammer Hamburg für den Wettbewerb von Saisonschlußverkäufen vom Juli 1955  | 191 |
| III. Die Richtlinien der Industrie- und Handelskammer Hamburg zur Werbung vor und während der Saisonschlußverkäufe vom Juli 1958   | 191 |
| C. Die derzeit bekannten Reformentwürfe  | 193 |
| I. Der Reformentwurf der CDU/CSU-Fraktion vom 15.7.1981, Bundestags-Drucksache 9/665; Auszug   | 193 |
| II. Der Reformentwurf des Senators für Wirtschaft des Landes Berlin vom Juni 1972  | 198 |
| D. Die Regelungen einiger europäischer Länder zum Sonderverkaufswesen  | 199 |
| I. Die Verordnung des Bundesministers für Handel und Verkehr vom 11. November 1933 über Ausverkäufe und ausverkaufsähnliche Veranstaltungen (Ausverkaufsverordnung) von Österreich | 199 |
| II. Die Bestimmungen zum Sonderverkaufsrecht in der Schweiz  | 203 |
| 1. Das Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb vom 30. September 1943; Auszug  | 203 |
| 2. Die Verordnung über Ausverkäufe und ähnliche Veranstaltungen (Ausverkaufsverordnung) vom 16. April 1947   | 205 |
| III. Die Bestimmungen zum Sonderverkaufsrecht von Italien; Auszug  | 215 |
| IV. Die Bestimmungen zum Sonderverkaufsrecht von Frankreich; Auszüge aus dem "Lamy commercial"   | 216 |

## *XII*

|  |     |
|--|-----|
| V. Das Gesetz über die Handelspraktiken vom 14. Juli 1971 von Belgien; Auszug  | 218 |
| Arrêté Royal du 7 décembre 1973 relatif aux ventes en soldes; Auszug   | 220 |
| VI. Das Ausverkaufsgesetz vom 8. Juni 1959 in der Fassung des Gesetzes vom 25. November 1964 der Niederlande; Auszug | 220 |
| E. Die Reformvorschläge des Verfassers im Wortlaut   | 223 |
| I. Die Neufassung der Verordnung des Bundeswirtschaftsministers vom 13. Juli 1950                                    | 223 |
| II. Die Neufassung des § 3 UWG   | 225 |
| III. Die Neufassung der Anordnung des Reichswirtschaftsministers vom 4. Juli 1935                                    | 225 |
| F. Die Begriffsbestimmungen aus "Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft" - Katalog E; Auszug     | 227 |
| I. Markenartikel   | 227 |
| II. Sortiment  | 227 |