

kaufmännische Richtige thun zu können, der Vorrang gebühre. Davon, daß im Falle eines Ramschverkaufes dem Autor ein Widerspruchsrecht zustehe, daß dieser, wenn sein Widerstand unbeachtet bleibt, dieselben Ansprüche besitze wie beim ordnungsmäßigen Verkauf, ja sogar darüber hinaus noch einen Schadenersatzanspruch, wird nirgends in diesem Entwurf etwas zur Bestätigung oder zur Widerlegung erwähnt. Der Entwurf weiß von einem derartigen Anspruch also gar nichts, kann ihn also auch gar nicht billigen. Gerade das Gegenteil ließe sich deduzieren aus einem Satze, wie etwa (vergleiche § 16 der 4. Lesung): »Dem Verleger steht die Festsetzung und unter Benachrichtigung des Verfassers die nachträgliche Ermäßigung des Ladenpreises zu«. Besondere Beachtung verdienen die Äußerungen, die Voigtländer namentlich in seinem Werk: Das Verlagsrecht (2. Auflage 1893) über die vorliegende Frage bietet, zumal Voigtländer selbst Verlagsbuchhändler ist und bei der Redigierung des »Entwurfs« an hervorragender Stelle mitgewirkt hat. Er sagt (Seite 71) zur Begründung des soeben aus der Verlagsordnung angeführten § 16: »Der Verleger kann den Ladenpreis vorübergehend und dauernd herabsetzen: Ein neuerdings häufiger werdendes, aber wegen vieler Unzuträglichkeiten im Buchhandel angefeindetes Verfahren ist der Ramschverkauf, die Abgabe von Auflageresten und Aufsatzeiten an Restbuchhändler, die das Werk mit ausdrücklicher oder stillschweigender Genehmigung des Verlegers unter dem Ladenpreis vertreiben. Dem Ansehen des Verfassers sind solche Preisherabsetzungen nicht vorteilhaft, daher wird von den Schriftstellern vielfach gefordert, daß der Verleger den einmal festgesetzten Ladenpreis nicht ermäßigen dürfe. Diese in das Verfügungsrecht des Verlegers tief eingreifende Befugnis hat nach der Vertragsordnung der Verfasser ausdrücklich im Vertrage zu bedingen. — Ein Antrag, die Herabsetzung des Ladenpreises von der Genehmigung des Verfassers abhängig zu machen, wenn dieser auf Gewinnanteil gestellt ist, wurde im Ausschusse abgelehnt«. Aus dieser Auslassung eines anerkannten Sachkenners ist ebenfalls das Vorhandensein eines Geschäftsgebrauches, der dem Verleger den Ramschverkauf überhaupt verbietet, oder der ihn im Falle eines vereinbarten Ladenpreises unbedingt an einen solchen bindet, und bei Zuwiderhandlungen dem Verfasser Anspruch auf das ordnungsmäßige Honorar giebt, nicht zu entnehmen, vielmehr widerlegt er die Behauptung des Revidenten vollkommen. Schließlich hat auch noch der deutsche Schriftstellerverband einen »Entwurf eines Gesetzes über den Verlagsvertrag« ausgearbeitet, der in der Hauptversammlung vom 15. September 1891 angenommen wurde. Hier wird in § 15 am Ende gesagt: »Veräußert der Verleger den ganzen Rest einer Auflage, so steht dem Urheber das Verkaufsrecht zu«, während vorher schon bestimmt war, daß im Falle einer Preisherabsetzung durch den Verleger der Autor das Recht des Verkaufs besitzen soll. An diesem Orte nun, wie an sämtlichen anderen angeführten Stellen war nach dem ganzen Zusammenhange dringender Anlaß geboten, einer Usance des behaupteten Inhalts, falls sie wirklich bestände, Erwähnung zu thun; daß dies nirgends geschehen, rechtfertigt den Schluß, daß ein derartiger Gebrauch überhaupt nicht besteht. Mit der Revision hat nun Kläger weiter vorgebracht, daß der Vorderrichter, über die Klagebehauptung Sachverständige zu vernehmen, abgelehnt und damit eine Norm des Prozeßrechtes verletzt habe. Auch dieser Angriff geht fehl, denn nachdem in der vorigen Instanz die gesamte Litteratur erschöpfend herangezogen worden war, bedurfte es einer weiteren Beweiserhebung über das Vorhandensein der angebllichen Usance nicht. —

Diesem Urteil fügen wir noch an, was Voigtländer in seiner kommentierten Ausgabe der neuen Gesetze, betreffend

das Urheberrecht und das Verlagsrecht (Leipzig, Köhberg & Berger, vergl. Bbl. Nr. 159) über Ramschverkäufe und die Ungültigkeit von Einsprüchen der Verfasser sagt. Bei § 14 des Verlagsrechtsgesetzes, der von der Verpflichtung des Verlegers zur zweckentsprechenden und üblichen Vervielfältigung und Verbreitung des Werkes handelt, lautet es in den Anmerkungen: »Ein Ramschverkauf der Auflage kann als Unterlassung der Verbreitung aufgefaßt werden, wenn der Ramschverkäufer den gehörigen Vertrieb unterläßt, was dieser darf«. — »Es ist unbeanstandenes und selbstverständliches Recht des Verlegers, daß er sich der nach seinem Ermessen unverkäuflichen Vorräte entledigt«. Und zu § 21 desselben Gesetzes, der die Bestimmung des Ladenpreises zum Gegenstand hat, sagt Voigtländer in dem Kommentar: »Die Aufhebung des Ladenpreises geschieht sehr oft in der Form des Ramschverkaufes an Restbuchhändler (vergl. Restbuchhandelsordnung des B.-V. § 2 und § 29 bei 3). Auch gegen den Ramschverkauf kann der Verfasser keinen Einspruch erheben«. Diese Citate zeigen klar, daß auch nach künftigen Recht die Frage nicht anders beantwortet werden kann, als sie das Reichsgericht schon 1898 entschieden hat.

## Inwiefern besteht ein Eintragungszwang für Warenzeichen?

Von Patentanwalt C. Bloch in Berlin.

Das Warenzeichengesetz vom 12. Mai 1894 besitzet keinerlei Bestimmungen, die dem Vorbenutzer eines nicht geschützten Zeichens irgend welche Rechte einräumen, und hierdurch kommt es, daß, so unglaublich dies auch klingen mag, der Diebstahl von Zeichen zu einer erlaubten Handlung gemacht wird. Widersezt sich hiergegen auch unser Rechtsgefühl, so beweisen doch Reichsgerichts- und andere Entscheidungen, daß jemand das Recht an seinem jahrelang geführten Zeichen einfach verliert, wenn er es verabzäumt, dasselbe in die Zeichenrolle des kaiserlichen Patentamtes als Warenzeichen eintragen zu lassen, und ein anderer sich dort ein gleiches oder ähnliches Zeichen erwirkt hat. So hat z. B. vor einigen Jahren ein Cigarettenfabrikant einen Kopf innerhalb eines Plakats jahrelang, sogar unter Musterschutz stehend, geführt und wurde doch schließlich durch Reichsgerichtsentscheidung dazu gezwungen, den betreffenden Kopf, sowie das Gesamtplakat nicht mehr weiter zu gebrauchen, weil sich ein Konkurrent den Kopf als Warenzeichen hatte eintragen lassen. Infolgedessen mußte der betreffende Cigarettenfabrikant seine sämtlichen Packungen und Drucksachen ändern und durch neue Reklame für sein Fabrikat Propaganda machen, während der Konkurrent, der ja das Warenzeichen rechtsgiltig eingetragen erhalten hatte, gewissermaßen in den Genuß der bislang gemachten Reklame eintrat. Ein weiterer Fall, in dem auch die Vorwegnahme eines nicht geschützten Etiketts (sogar durch den bisherigen Angestellten) einer Biskoffabrik stattfand, endete damit, daß der Chef noch unter Anklage wegen Warenzeichenverletzung gestellt wurde, als er sich weigerte, sein ihm weggenommenes Zeichen aufzugeben. Schon hieraus allein geht klar hervor, daß das Warenzeichengesetz in seiner heutigen Fassung struppellose Geschäftsleute geradezu zu solchen Entwendungen verleitet. Es widerspricht dies auch nicht den Motiven und den Ausführungen bei der Beratung des Gesetzes, da hierbei allerseits hervorgehoben wurde, daß, wer ein Zeichen führen wolle, es auch als Warenzeichen einzutragen habe. Es wurden damals nur für die Dauer eines Jahres mildere Uebergangsbestimmungen geschaffen, die aber für heute nicht mehr zutreffen, sodaß alle Interessentengruppe nicht oft genug darauf hingewiesen werden können, daß alle Schutzmarken, Etiketts,