



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen. Weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzband, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Pettizeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für  $\frac{1}{2}$ , S. 32 M. statt 36 M., für  $\frac{1}{4}$ , S. 17 M. statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Pettizeile oder deren Raum 15 Pf.,  $\frac{1}{2}$ , S. 13.50 M.,  $\frac{1}{4}$ , S. 26 M.,  $\frac{1}{8}$ , S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Weidseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 159.

Leipzig, Dienstag den 13. Juli 1915.

82. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Zur Frage des Ausstattungsschutzes.

Von Dr. Alexander Elster (Berlin).

I.

Die Ausstattung der Bücher hat im Laufe der Zeit eine immer größere Bedeutung erlangt. Nach drei Richtungen gehen die Bestrebungen hinsichtlich der Ausstattung eines Buches: einmal nach dem Ziel größtmöglicher Schönheit, zweitens nach dem Ziel der Unterscheidung des Buches von den Werken aus anderem Verlage und drittens nach der Zweckmäßigkeit und Brauchbarkeit. Die dritte dieser Aufgaben scheidet für unsere heutige Betrachtung aus, weil — wie wir noch sehen werden — die Zweckmäßigkeits- und Brauchbarkeitsfaktoren der Ausstattung nicht Gegenstand des Ausstattungsschutzes sind. Jene beiden anderen Ziele aber liegen gerade im Strom der modernen wirtschaftlichen Entwicklung. Auf allen Gebieten hat solche Ausstattung der Ware immer größere Aufmerksamkeit auf sich gelenkt und ist zu einem bedeutungsvollen Stück der Reklame geworden. Ja, in dieser Beziehung hat das Prinzip der Schönheit einer Ausstattung nicht gleichgroße Fortschritte gemacht wie das Prinzip der Eigenart der Ausstattung zum Zwecke der Kennzeichnung als Erzeugnis einer bestimmten Firma. Diese im allgemeinen Geschäftsleben zutage getretene Entwicklung ist auch dem Buchhandel nahegekommen, und wir haben bei der Frage des Ausstattungsschutzes von Büchern daher durchaus mit diesen beiden Seiten des Ausstattungszieles zu rechnen.

Da nun einmal diese wirtschaftliche Funktion der Buchausstattung gegeben ist, können oder müssen sich die Fälle mehr, in denen der Ausstattungsschutz wirksam wird und gegen unlauteren Wettbewerb Verteidigung beansprucht. So liegt dieses Schutzrecht in ähnlichen Gedankengängen wie der Titelschutz, über den ja schon des öfteren im Börsenblatt gesprochen worden ist. Titelschutz und Ausstattungsschutz sind nahe verwandt. Beide gründen sich auf die wirtschaftliche Benutzung einer gewerblichen Idee. Drückt sich diese gewerbliche Idee nur in der Namensgebung aus, so liegt ein Schutz beanspruchender Titel vor, geht sie weiter auch auf die äußere Aufmachung, die Verpackung, die drucktechnische Ausstattung oder die bildnerischen Beigaben der Ware, so geht sie auf das Gebiet des Ausstattungsschutzes über. Beide Schutzrechte sind nahe verwandt mit der urheberrechtlichen Disziplin, ohne sich jedoch darin zu erschöpfen. Sie finden ihr eigentliches Rechtsgebiet vielmehr in dem gewerblichen Schutzrecht, gehören zum Markenschutz und berühren die Frage des unlauteren Wettbewerbes.

Ein Fall, der mir neulich von einer Verlagsbuchhandlung vorgetragen wurde, zeigte mir die akute Wichtigkeit der Frage, sodaß sie ganz allgemein (ohne Nennung jenes Falles) im Börsenblatt behandelt zu werden verdient.

II.

Die Grundlage des Ausstattungsschutzes ist im § 15 des Gesetzes zum Schutz der Warenbezeichnungen vom 12. Mai 1894 gegeben, der folgendermaßen lautet:

»Wer zum Zweck der Täuschung in Handel und Verkehr Waren oder deren Verpackung oder Umhüllung, oder Ankündigungen, Preislisten, Geschäftsbriefe, Empfehlungen, Rechnungen oder dergleichen mit einer Ausstattung, welche innerhalb beteiligter Verkehrskreise

als Kennzeichen gleichartiger Waren eines anderen gilt, ohne dessen Genehmigung versieht, oder wer zu dem gleichen Zweck derartig gekennzeichnete Waren in Verkehr bringt oder feilhält, ist dem Verletzten zur Entschädigung verpflichtet und wird mit Geldstrafe von einhundert bis dreitausend Mark oder mit Gefängnis bis zu drei Monaten bestraft. Die Verfolgung tritt nur auf Antrag ein. Die Zurücknahme des Antrages ist zulässig.«

Voraussetzung für diesen Schutz ist also viererlei:

1. Es muß sich um Ausstattung einer Ware handeln;
2. diese Ausstattung muß als Kennzeichnung dieser Ware gelten;
3. diese Geltung muß innerhalb beteiligter Verkehrskreise vorliegen;
4. es muß sich dabei um gleichartige Waren handeln.

Diese vier Grundlagen des Schutzes müssen näher betrachtet werden. Wir fangen dabei, um vom Umfassenderen auf das Engere zu kommen, bei dem letzten an.

Zu 4. Nur gegen die Ausstattung gleichartiger Waren kann mit dieser Gesetzhilfe vorgegangen werden. Heißt dies nun schon, daß jedes Buch, dessen Ausstattung von einem anderen Buche nachgeahmt wird, gegen dieses den Ausstattungsschutz verdient? Es ist klar, daß eine auffallende Titelzeichnung, die für ein Buch benutzt worden ist, sehr wohl für das Etikett einer Weinflasche benutzt werden darf (vorausgesetzt, daß nicht irgendwelche eingetragenen Rechte dem entgegenstehen), oder daß einer Schokoladenschachtel die äußere Gestalt eines bekannten Buches gegeben werden darf; aber es ist nicht klar, ob es verboten ist, den schwarz-weiß-roten Umschlag, den man beispielsweise bei einem Armeemarschalbum gewöhnt ist, für irgendeine politische Broschüre nachzuahmen. Das wird davon abhängen, ob man hier von Gleichartigkeit der Ware im Gesetzesinne zu sprechen hat. Die Bedeutung dieses Problems geht noch weiter. Es kann jemand für eine Sammlung von Schriften eine eigenartige Druck- und Farbwirkung gewählt und diese Sammlung dadurch bekannt gemacht haben. Nun fragt es sich, ob durch eine solche Benutzung die gleiche oder ähnliche Farben- und Druckwirkung für den gesamten Buchhandel extra commercium gestellt worden ist, d. h. also für jedes andere Erzeugnis des Buchgewerbes verboten ist. Ich glaube nicht, daß man so weit gehen darf. Vielmehr wird man die Frage der Gleichartigkeit der Ware enger ziehen müssen. Man wird in diesem Sinne nicht sagen dürfen, daß ein Buch unbedingt als jedem andern Buche gleichartige Ware zu betrachten sei, sondern wird den Sinn der Gesetzesbestimmung, die Verhinderung unlauteren Wettbewerbes, in den Vordergrund rücken müssen, um aus diesem Gedanken den Begriff der Gleichartigkeit der Ware zu entnehmen. Mit anderen Worten: von Gleichartigkeit der Ware können wir noch nicht reden, wenn wir es nur mit dem allgemeinen Begriff des Buches zu tun haben, sondern erst dann, wenn es sich um Bücher handelt, die eine und dieselbe oder ganz ähnliche Richtung oder Aufgabe verfolgen, die auf demselben Wissens- oder Verbreitungsgebiet liegen und sich so als Konkurrenzunternehmen darstellen. So hat man ja mitunter auch in Verträgen, die mit Mitarbeitern an einem Sammelwerk abgeschlossen werden, die Bestimmung aufgenommen, daß diese Mitarbeiter nicht denselben Gegenstand in einem Unternehmen »gleicher Art« behandeln dürfen, und man hat bei verständiger Auslegung hier unter einem Unternehmen gleicher Art immer