

damals bekanntesten Fälle des unlauteren Wettbewerbs auf. Es ergibt sich aus dieser Beschränkung von selbst, dass die unlauteren Konkurrenten andere Wege aufsuchen, an denen die Tafel „Verbotener Weg“ einstweilen noch nicht aufgerichtet ist. Unsere Gerichte haben sich, wie zu erwarten war, streng in dem Sinne an das Gesetz gehalten, dass sie dieses mehr in einschränkendem als in ausdehnendem Sinne angewendet haben. Es ist dies wohl zum Teil eine Folge davon, dass unser Gesetz für besonders verwerfliche Fälle des unlauteren Wettbewerbs Geld-, event. Gefängnis-Strafen androht, also nicht nur die Schadensersatzpflicht und die Pflicht zur Unterlassung.

Ehe man bei uns die Gerichte um ihren Schutz anruft, muss man sich klar machen, dass es nur vier Gruppen des unlauteren Wettbewerbs sind, welche das Gesetz trifft, nämlich: die unwahre Reklame, die Verleumdung der Konkurrenz, die Aneignung einer fremden Geschäftsbezeichnung, den Verrat von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen. Im einzelnen sei hierzu aus den ergangenen Urteilen folgendes mitgeteilt:

**Unwahre Reklame.** Die unwahren Angaben müssen „thatsächlicher“ Art sein. Nichtssagende Anpreisungen fallen nicht unter das Gesetz, z. B.: „Grösste Auswahl“, „Billigste Preise“, „Beste Ware“. In einem Falle aber, wo diesen Reklamen die beiden Worte „am Orte“ hinzugefügt waren, ist infolge der Klage einer Innung vom Amtsgericht auf Unterlassung dieser als unwahr nachgewiesenen Reklame bei Festsetzung einer Strafe für jeden Fall der Zuwiderhandlung erkannt worden. Der klagenden Innung gehörten die durch die Reklame getroffenen Handwerker überhaupt nicht an; das ist nach dem Gesetze aber auch nicht nötig, sondern jeder, auch ein unbeteiligter Handwerkerverband, kann solche Klage anstrengen. Eine zweifellos „thatsächliche“ Angabe enthielt z. B. die Reklame für das Fleckenreinigungsmittel „Opal“. In den Bekanntmachungen wurde behauptet, dass Opal alle möglichen Flecke, insbesondere Fettflecke, entferne und keine Ränder, wie Benzin, hinterlasse. Beide Behauptungen erwiesen sich als unwahr, bei dem neuen Opal allerdings weniger als bei dem älteren. Das Gericht nahm auch an, dass der Fabrikant infolge der vielen Beschwerden die Unwahrheit der Reklame kannte. Auf eine Klage mehrerer grosser Firmen der Kleiderfärberei ist er deshalb jetzt endgültig zu 100 Mk. Geldstrafe und in die beträchtlichen Kosten verurteilt. Bei Zumessung der Strafe hat das Gericht berücksichtigt, dass der Angeklagte wegen gleichen Vergehens nicht vorbestraft ist. Eine Schadensersatzklage steht den Färbern noch offen, wenn sie einen Schaden durch das Opal irgendwie nachweisen können.

Im engen Sinne ist das Gesetz gegenüber dem Ausverkaufsschwindel angewendet worden. Hier ist nämlich von den Gerichten der zweifellos richtige Grundsatz angenommen, dass nur derjenige Ausverkauf unter das Gesetz falle, welcher zur Täuschung des Publikums benutzt werde. Ein solcher liege vor, wenn das ganze Warenlager durch Nachschiebung von neu-beschaffter Ware wieder ergänzt werde. Zulässig soll es aber sein, wenn jemand, der einen Ausverkauf ankündigt, einzelne der auszuverkaufenden Warenposten nachschiebt, und zwar gangbare Artikel, die nicht ausgehen dürfen, wenn nicht der Ausverkauf im ganzen geschädigt werden solle. — Ob es nicht im Interesse der klaren Unterscheidung der reellen von den unreellen Ausverkäufen hier geboten ist, die reellen Ausverkäufe den etwaigen kleinen Nachteil erleiden zu lassen, die gangbaren Artikel nicht mehr verkaufen zu können, ist eine Frage, welche der Erörterung in kaufmännischen Kreisen zu empfehlen wäre. Wenn man einen Nachbezug zulässt, so kann, zumal wenn man die ausserdem stets vorhandene Möglichkeit einer Sinnesänderung des Ausverkäufers berücksichtigt, der sein angeblich ernstliches Vorhaben, das Geschäft aufzulösen oder zu verlegen, jetzt aufgegeben hat, der Ausverkaufsschwindel doch zu leicht fortgesetzt werden. — Mehrere Entscheidungen liegen vor, wodurch jemand, welcher „Waren eigener Anfertigung“ ankündigt, während er nur Händler ist, nicht nur zum Schadensersatz an die beteiligte Konkurrenz, sondern auch zur Strafe verurteilt ist. Eine Bestrafung tritt bekanntlich überall dann ein, wenn die unwahre Reklame wider besseres Wissen erfolgt ist. — Schwankend ist die Rechtsprechung bei der Entlehnung von Ortsnamen zur Bezeichnung von Waren.

Ein Destillateur, welcher aus Aalborg in Dänemark eine Essenz bezog, die er mit Wasser und deutschem Sprit ganz nach dem Rezept und unter Kontrolle der dänischen Fabrik verarbeitete und als Aalborg-Tafel-Aquavit u. s. w. in den Handel brachte, ist des unlauteren Wettbewerbs schuldig befunden, weil, wenn auch die Qualität ganz dieselbe sei, doch das Publikum, welches dem echten Getränk den Vorzug giebt, getäuscht werde. Betreffs der Bezeichnung „Pilsener Bier“ stehen unsere Gerichte auf dem Standpunkt, dass es auf den Sprachgebrauch der betreffenden Gegend ankomme. Bezeichnet man dort so jedes nach Pilsener Art gebraute Bier — wie z. B. das Wort „Bayrisch Bier“ nur ein nach bayrischer Art, nicht ein in Bayern gebrautes Bier bezeichnet — so sei die Bezeichnung auch für eine Brauerei ausserhalb Pilsens statthaft, andernfalls nicht. Als „echtes“ Pilsener dürfe aber nur ein in Pilsen selbst hergestelltes Bier bezeichnet werden. Das Oberlandesgericht Karlsruhe meint, die Bezeichnung „Wörishofener“ sei zur Gattungsbezeichnung derjenigen Waren geworden, die wirklich oder anscheinend im Sinne der Vorschriften Kneipps hergestellt sind. Ohne weiteres zustimmen kann man diesem Gericht darin, dass jeder seine Heilmittel als „nach Kneipps System hergestellt“ bezeichnen darf, wenn dies wirklich zutrifft, nicht nur solche Personen, welchen Kneipp das ausschliessliche Recht hierzu eingeräumt habe, denn ein solches ausschliessliches Recht hat Kneipp selbst nicht gehabt.

**Verleumdung des Konkurrenten.** Die Behauptung, jemand habe schon einmal Bankrott gemacht, enthält nach Ansicht des Reichsgerichts stets eine Schädigung desselben, da der Bankrott, auch wenn er unverschuldet sei, doch in gewissem Grade einen sittlichen Makel zur Folge habe. — Nachteilige Aeusserungen über den Konkurrenten machen nach dem Gesetz dann nicht haftpflichtig, wenn der Fragesteller oder derjenige, welcher die falsche Auskunft erteilt hat, ein berechtigtes Interesse daran hat. Dadurch sollte die Auskunftserteilung geschützt werden. Unter diesem Gesichtspunkt ist auch die unwahre Mitteilung eines Reisenden an einen von ihm aufgesuchten Handwerksmeister, dass dessen bisheriger Lieferant pleite sei, als berechtigt aufgefasst worden, weil der Reisende in gutem Glauben gewesen und der Kaufmann ein Interesse daran gehabt habe, zu wissen, ob er den Vertreter des bisherigen Lieferanten noch erwarten könne oder nicht. — Die gewerblichen Verbände sind wegen Verleumdung, vielleicht sämtlicher Geschäftsleute einer Stadt, sie lieferten schlechtere Waren als das annoncierende Geschäft, nicht klagberechtigt, wenn die Reklame des Geschäftsinhabers, dass z. B. seine Schuhe Lederkappen und -Sohlen hätten, wahr ist. Gegen die erhobene Beschuldigung, dass ihre Sohlen und Kappen von Pappe wären, müssen die Beteiligten selber klagbar werden.

**Aneignung einer fremden Geschäftsbezeichnung.** An einer Geschäftsbezeichnung hat derjenige, der sie angenommen hat, keineswegs ein ausschliessliches Benutzungsrecht. Das Gesetz schützt ihn nur dann, wenn ein anderer die gleiche Bezeichnung zu dem Zwecke annimmt, Verwechslungen hervorzurufen. In dieser Erwägung ist in dem Falle, wo eine Gastwirtschaft vor der Stadt sich die gleiche Bezeichnung beilegte, wie eine alte, in der Mitte der Stadt belegene Wirtschaft, die Klage auf Unterlassung der Fortführung der Bezeichnung abgewiesen. Ebenso ist es geschehen, als ein monatlich nur zweimal erscheinendes, an die Mitglieder eines geschlossenen Personenkreises versandtes Anzeigen- und Unterhaltungsblatt sich den Titel einer politischen Tageszeitung beilegte, aber beide Blätter in Umfang, Druck und Ausstattung verschieden waren. Hingegen ist Absicht der Verwechslung anerkannt, als neben dem Buche „Brehms Tierleben“ von einer fremden Firma ein Buch „Der kleine Brehm“ herausgegeben wurde, und ebenso, als der Titel „Die Modenwelt“ von den Blättern: „Die kleine Modenwelt“ und „Die grosse Modenwelt“ nachgeahmt wurde. In diesen Fällen war schon vor Inkrafttreten des Gesetzes die Nachahmung erfolgt, wurde aber während der Geltung des Gesetzes fortgesetzt. Der „Kleine Brehm“ wurde verboten, hingegen die kleine und die grosse Modenwelt nicht, weil das Gericht annahm, der Unterschied dieser beiden Nachahmungen von der „Modenwelt“ sei in-