

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung.



## Abonnementspreis:

für Deutschland u. Oestr.-Ungarn  
bei direktem Bezuge von der Ex-  
pedition in Streifbandsendung  
vierteljährlich 1,75 Mark,  
jährlich 6,75 Mark  
pränumerando.

Bestellungen nimmt ferner jede  
Postanstalt oder Buchhandlung  
zum Preise von 1,50 Mark pro  
Quartal entgegen.

Abonnementspreis für's Ausland  
jährlich 7,50 Mark  
pränumerando.

## Preise der Anzeigen:

die viergespaltene Petit-Zeile  
oder deren Raum  
für Geschäfts- und vermischte  
Anzeigen 30 Pfg.,  
für Stellen-Angebote und Gesuche  
30 Pfg.

Die ganze Seite (400 Zeilen à 30 Pfg.)  
wird mit 100 Mark berechnet.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung  
erscheint am 1. und 15.  
eines jeden Monats.

Einzelne Nummern kosten je 30 Pfg.  
Probenummern (aus überzähligen  
Beständen) werden auf Verlangen  
gratis und franko zugesandt.

## Fachblatt für Uhrmacher.

Verlag von Carl Marfels, Berlin W., Jäger-Strasse 73.

XIX. Jahrgang.

Berlin, den 15. Januar 1895.

No. 2.

Nachdruck, soweit nicht untersagt, nur mit vollständiger Quellenangabe gestattet.

Inhalt: Nachtrag zur Neujahrs-Gratulation. — Der unlautere Wettbewerb und dessen Bekämpfung. — Freie Hemmung für tragbare Uhren von Th. Mudge. — Taschenuhr für 24 stündige Zeitangabe mit springenden Stundenzahlen. — Aus der Werkstatt (Hilfseinrichtung am Drehstuhl zum Bohren von Laternentrieben). — Sprechsaal. — Patent-Nachrichten. — Vermischtes. — Briefkasten. — Anzeigen

### Nachtrag zur Neujahrs-Gratulation.

In voriger Nummer waren an dieser Stelle zehn Berliner Grosshandlungen genannt, welche zur Ablösung der Neujahrs-Gratulationen die Summe von 150 Mk. zum Besten der Deutschen Uhrmacherschule gezeichnet hatten. Wie uns von der mit der Sammlung beauftragten Firma nachträglich mitgeteilt wird, hat sich an jener Schenkung auch die Firma Joh. Gust. Blümchen jr. beteiligt, was wir hiermit gern bekannt geben.

Redaktion der  
Deutschen Uhrmacher-Zeitung.

### Der unlautere Wettbewerb und dessen Bekämpfung.

Von Gerichts-Assessor C. Müller.

Es ist in diesen Blättern schon wiederholt in grösseren und kleineren Ausführungen vom unlauteren Wettbewerb die Rede gewesen; wenn wir trotzdem heute nochmals auf dieses Thema zurückkommen, so geschieht dies deshalb, weil nunmehr feststeht, dass dem Reichstage ein diesbezüglicher Gesetzentwurf, zu dessen Vorberathung erfreulicher Weise Sachverständige aus kaufmännischen Kreisen zugezogen wurden, zugehen wird.\*)

Was ist denn eigentlich „unlauterer Wettbewerb“? — Jeder der verehrlichen Leser wird Beispiele in Hülle und Fülle kennen und doch um eine präzise Antwort auf diese Frage verlegen sein, und zwar aus dem einfachen Grunde, weil ebenso wie das Wort unserer deutschen Sprache noch vor Kurzem fremd war, auch der Begriff verhältnissmässig noch nicht lange in unserer Anschauung existirt. Die Heimath dieses Begriffes ist unser Nachbarland Frankreich. In dem von Napoleon dem Ersten geschaffenen grossen Gesetzwerk findet sich nämlich im sogenannten „code civil“ ein Artikel 1382, der Folgendes bestimmt:

„Jede Handlung eines Menschen, welcher Art sie auch sei, die einem Anderen Schaden verursacht, verpflichtet Denjenigen, durch dessen Schuld der Schaden entstanden ist, denselben zu ersetzen.“

\*) Der vorliegende Aufsatz ist im Dezember vor. J. geschrieben worden. Vor einigen Tagen ist nun, wie unseren werthen Lesern aus den Tageszeitungen bereits bekannt geworden sein dürfte, der erwähnte Gesetzentwurf zur Veröffentlichung gelangt.

D. Red.

Diese ganz allgemein gehaltene Bestimmung wurde von den französischen Juristen, als die Missstände auf gewerblichem Gebiete immer schreiender wurden und die Gewissenlosigkeit bei vielen kaufmännischen Betrieben zum obersten Prinzip geworden war, als Handhabe hiergegen benutzt und einmüthig von der französischen Rechtsprechung als gesetzliche Grundlage für eine Verfolgung der „concurrency déloyale“ ausgebaut.

Der französische Rechtsbegriff unterscheidet sich jedoch wesentlich von dem, was in Deutschland als gesetzliche Regelung erstrebt wird, einmal weil der Konsument bei demselben keine Rolle spielt und das Gesetz lediglich zu Gunsten des sich geschädigt fühlenden Konkurrenten, nicht aber auch im Interesse des getäuschten oder geschädigten Publikums gehandhabt wird, und zweitens weil in Frankreich der unredliche Konkurrent nicht strafrechtlich verfolgt, d. h. mit Geld- oder Freiheitsstrafe belegt werden kann, sondern lediglich auf die Klage seiner Konkurrenten hin zur Zahlung von Entschädigungen an diese, Einstellung des betreffenden Betriebes oder besonderer Eigenthümlichkeiten desselben, Verbot der Firmenführung, Vernichtung von Plakaten und dergleichen zivilrechtlichen Folgen mehr verurtheilt werden kann.

Von der Art und Weise französischer Rechtsprechung giebt vielleicht nachfolgendes Urtheil, das manche Leser interessiren dürfte, ein anschauliches Bild. In Amiens kündigten ungeheure Plakate am 14. März 1892 einen grossen Ausverkauf von angeblich aus Pariser Waarenhäusern stammenden Waaren an. Mehrere Kaufleute von Amiens, welche der Sache nicht recht trauten, belangten den Veranstalter, einen gewissen Herrn Gazave, eilends bei Gericht, und schon am 17. März, nur zwei Tage nach Anbringung der Klage, fällte der Gerichtshof nachstehendes Urtheil:

In Erwägung, dass Herr Gazave in Amiens ein Verkaufslokal eingerichtet hat, um verschiedene Waaren zu verkaufen, dass er durch die Zeitungen und die in der Stadt massenhaft angebrachten Anschlagzettel von aussergewöhnlichen Dimensionen an das kaufende Publikum sich wendet,

in Erwägung, dass jedoch diese Reklamen lügenhaft sind, dass Gazave die Eröffnung seines Ausverkaufs mit der unwahren Bezeichnung „Verkaufsrundreise der Magasins généraux des tissus“ ankündigt und als Sitz die „Magasins généraux“ in Paris rue Saint-Josef Nr. 3 angiebt, während er in Wirklichkeit bloss Ausverkäufer ist und in Paris keine Magazine, sondern nur Absteigequartier besitzt,