

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland von der Geschäftsstelle bezogen **monatl. 2500 Mark**. Unter Streifband für Inlandsporto **monatlich 3000 Mark**. Bei direkter Bestellung bei der Post **monatlich 10000 Mark**. Für das Ausland unter Streifband Jahresbezugspreis nach Anfrage.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend.

Preise der Anzeigen

Multiplikator 3500 auf nachstehende Preise: Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen **0,16 Mark**, für Stellen-Angebote und -Gesuche **0,10 Mark**. Die ganze Seite wird mit **150.- Mark** berechnet.

Postscheck-Konto: 2581 Berlin
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernspr: Zentr. 12761, 12762, 741, 1631, 15239.

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

XLVII. Jahrgang

Berlin, 2. Juni 1923

Nummer 22

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten
Copyright by Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Konjunktur-Umschwung und unlauterer Wettbewerb

Von Dr. jur. L. Bernhardt, Weimar

In Zeiten der Kriegswirtschaft, als Rohstoffnot auf allen Gebieten herrschte und jeder froh war, wenn er Waren bekam, aber auch in der Nachkriegszeit mit ihrer Hochkonjunktur und künstlichen Blüte war der unlautere Wettbewerb im allgemeinen, abgesehen vom Schmiergelderwesen und ähnlichem, auf ein Mindestmaß eingeschränkt. Die ständig steigenden Preise haben, vor allem auch im Uhren- und Goldwaren-Einzelhandel, zu einer Absatzkrise geführt, die es unlauteren Elementen und der sogenannten Schmutzkonkurrenz ermöglicht, durch unlautere Wettbewerbsmanöver ihre Geschäftskollegen zu schädigen. Damit der Geschäftsmann sich rechtzeitig gegen derartige Machenschaften schützen kann und weiß, welche Maßregeln er dagegen ergreifen kann, erscheint es angebracht, daß er sich mit den ihm zustehenden Rechtsbehelfen vertraut macht und sich klar darüber wird, welche Rechte und Pflichten er nach dem Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb im Einzelfalle ausüben kann.

Man muß damit rechnen, daß im Falle einer solchen Krise alle die unsauberen Blüten, wie unwahre Reklame, Geschäftsschädigung, Ausverkaufswesen usw. aufschließen, die den ehrlichen Geschäftsmann schwer schädigen. Um das Publikum irreführen, entblößen sich solche Elemente nicht, über die Herkunft und Qualität ihrer Waren falsche Angaben zu machen, Ausverkäufe zu veranstalten, die vom Gesetze nicht erlaubt sind, und sie gehen schließlich so weit, über die Waren und Leistungen ihrer Geschäftskollegen und über deren Person herabsetzende Äußerungen zu verbreiten und sie geschäftlich zu schädigen. Wenn auch die Pflege des berufsständischen Organisationswesens ein gewisses Solidaritätsgefühl unter den Uhrmachern und Juwelieren geschaffen hat, so gibt es doch immer Elemente, insbesondere Außenseiter, die in Zeiten einer Absatzkrise zu diesen Mitteln greifen, weil sie glauben, sich nicht anders über Wasser halten zu können, oder die, unbekümmert um feststehende Grundsätze der realen Geschäftswelt, rücksichtslos ihren Weg

gehen, um möglichst große Gewinne zu erzielen. In folgendem wollen wir die rechtliche Seite aller dieser Konkurrenzmanöver an praktischen Beispielen betrachten.

Wie soll sich nun der ehrliche Geschäftsmann verhalten, wenn er liest, daß die Konkurrenz in ihrer Zeitungsreklame oder in Rundschreiben an die Kundschaft behauptet, daß ihre Uhren bzw. Schmuckstücke aus einer besonders anerkannten Fabrik herrühren, während sie in Wirklichkeit die Waren aus einer anderen Fabrik bezogen hat, die zwar auch gute Fabrikate liefert, aber bei Laien nicht so allgemein bekannt ist, und damit den Anschein erwecken will, als ob ihr Angebot besonders günstig wäre? Er hat zwei Wege. Er kann den Zivilklageweg beschreiten und auf Unterlassung solcher marktschreierischen Reklamen klagen, oder er kann eine Strafanzeige mit Strafantrag bei der Staatsanwaltschaft erstatten; denn derartige großsprecherische Behauptungen über die eigenen Waren, die den Anschein eines besonders günstigen Angebotes erwecken sollen, werden mit Gefängnis bis zu einem Jahre und mit Geldstrafe bis zu 50 000 Mark oder mit einer dieser Strafen belegt. Bei der zivilrechtlichen Unterlassungsklage ist allerdings zu bedenken, daß sie nach der Rechtsprechung des Reichsgerichtes nur dann statthaft ist, wenn die Gefahr der Wiederholung besteht; also eine einmalige falsche Reklame, sei es in der Zeitung, sei es in einem Rundschreiben, genügt in der Regel nicht. Sind die großsprecherischen Angaben wider besseres Wissen erfolgt, und ist dadurch anderen Geschäftsleuten nachweislich ein Schaden entstanden, so können die Geschädigten auch auf Schadensersatz klagen.

Die Staatsanwaltschaft verfolgt die Strafanzeigen wegen unlauteren Wettbewerbs in der Regel nicht selbst, sondern verweist den Anzeigersteller meist auf den Weg der privaten Strafklage, da es sich vielfach nur um private Interessen handelt und die Staatsanwaltschaft ein öffentliches Interesse nicht für vorliegend erachtet.