

# Deutsche Uhrenmacher-Zeitung

## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,45 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen auf Anfrage gern mitgeteilt

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrenmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8



## Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,- RM. 1/16 Seite - 10 mm hoch und 40 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM. für Stellen-Angebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis x Multiplikator 1/4)

Postcheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhoff 5246

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 51, Jahrgang 60 / Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW68 / 19. Dezember 1936

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

### Unlauterer und unbequemer Wettbewerb

Von Dr. jur. Kurt Greifelt, Geschäftsführer der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs

„Dich im Unendlichen zu finden,  
Mußt trennen erst und dann verbinden!“

Es ist verlockend, wenn auch vielleicht vermessen, dies große Wort auf das Gebiet des Wettbewerbs anzuwenden. In der Praxis haben viele Wissenschaftler des unlauteren Wettbewerbs dies getan, ohne sich allerdings mit dem Zitat abzumühen. Sehr interessante Trennungen sind dabei herausgekommen. So fand ein besonders Begnadeter den Unterschied zwischen lautem und lauterem Wettbewerb, wobei der „lautere“ natürlich nicht der Komparativ vom „lauten“ Wettbewerb ist. Ein anderer Wissenschaftler, der aber schon fast ein Mann der Praxis gewesen sein muß, teilte den Wettbewerb in unlauteren und unbequemen ein. Wenn man sich die Akten der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs ansieht, muß man diesem Mann wohl oder übel recht geben.

Der unbequeme Wettbewerb ist ein Kapitel für sich. Immer dann, wenn ein Kaufmann das Gefühl hat, daß er mit einem Mitbewerber nicht so recht mitkann, wenn ihm dieser zu rührig, zu werbefreudig, zu erfindungsreich, zu „laut“ ist, versucht er, die „Zentrale“ oder seinen Fachverband gegen ihn mobil zu machen. Er vergißt dabei, daß es nicht Aufgabe dieser Organisationen ist, die Fleißigen und Regsamen zu bestrafen und damit den Fortschritt zu hindern. Auch nicht der große Umfang der Werbetätigkeit, der besonders große Einsatz und die Wirksamkeit der Werbung sind an sich unlauter. Der laute Wettbewerb kann durchaus lauter sein. Die geschäftlichen Handlungen des Mitbewerbers soll man nicht deshalb beanstanden, weil sie unbequem sind. Soweit geht die erforderliche kollegiale Rücksichtnahme nicht, daß man den ruhigen Schlaf des Wettbewerbers nicht stören darf. Wettbewerb ist Kampf. Dem fleißigeren und ideenreicheren Kaufmann muß Gelegenheit gegeben werden, aus diesem Kampfe Nutzen zu ziehen. Er darf nicht durch übertriebene Forderungen der Rücksichtnahme auf die anderen behindert werden.

„Unlauterer Wettbewerb ist immer der Wettbewerb des anderen“, hat einmal ein Spötter gesagt. Er hat damit eine

treffende Erläuterung des unbequemen Wettbewerbs gegeben. Wenn man glaubt, den Wettbewerb des anderen beanstanden zu müssen, so prüfe man sich erst auf Herz und Nieren, ob man sich selbst für berechtigt halten würde, dieselbe Handlung zu begehen. In der Praxis kommt man da zu merkwürdigen Ergebnissen, wie folgender Fall beweist: Der Inhaber eines selbständigen Einzelhandelsgeschäftes, der unter anderem Waren der Württembergischen Metallwarenfabrik führt, hatte über seinem Schaufenster ein großes Schild mit der Aufschrift „Verkaufsstelle der Württembergischen Metallwarenfabrik“ angebracht. Die Tatsache, daß er keine Verkaufsstelle der betreffenden Fabrik, sondern ein selbständiger Einzelhandelskaufmann ist, ging nur aus dem unauffälligen Inhabervermerk im Oberlicht der Eingangstür hervor. Durch eine langwierige Klage vor dem zuständigen Einigungsamt für Wettbewerbsstreitigkeiten und noch langwierigere spätere Verhandlungen mußte ihn die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs zwingen, die Beschriftung seines Ladens zu ändern. Der betreffende hat wohl niemals eingesehen, daß er unrecht hatte. Trotzdem zeigte er aber seinen benachbarten Kollegen bei der „Zentrale“ an, weil dieser in einem Schaufenster und einem Schaukasten das Zeichen „WMF“ hatte, um darauf hinzuweisen, daß er auch Waren der Württembergischen Metallwarenfabrik führe. Das ist Bekämpfung des unbequemen Wettbewerbs.

Wenn man prüfen will, ob eine Wettbewerbshandlung erlaubt ist oder nicht, so beachte man folgende Grundsätze: 1. Das Gebot unbedingter Wahrheit und Klarheit. 2. Die Forderung unbedingter Achtung der Kaufmannsehre und der guten Sitten. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb enthält diese Grundsätze in § 1 (Verstoß gegen die guten Sitten) und § 3 (unrichtige Angaben). Der Werberat der deutschen Wirtschaft hat dieselben Forderungen in anderer Form in Ziffer 6 seiner 2. Bekanntmachung vom 1. November 1933 aufgestellt.

Die Forderung nach unbedingter Wahrheit und Klarheit wird eine besondere Bedeutung in einem Gewerbe wie dem