

Abweichungen in der Gesamtzeit von 24 Stunden wieder nahezu ausgleicht. Derartig gut gearbeitete Uhren, wie man sie — soweit deutsche Uhren in Betracht kommen — schon für etwa 35 RM im Handel sieht, soll man nach sachverständiger Ansicht schon als gute Qualitäten und damit als Qualitätsuhren ansehen können.

Bei den noch einfacheren Uhren, die sicher den Bedürfnissen der großen Masse der Volksgenossen durchaus entsprechen mögen, kann man nicht von einer Qualitätsuhr sprechen. Zu ihrer Kennzeichnung in der Werbung kann man daher nur Ausdrücke wie „mittlere oder einfache Qualität“ verwenden oder die Uhren vielleicht noch schlicht als „gut“ bezeichnen.

Ia Ankerwerk — Ia Zylinderwerk

Man beobachtet sehr oft in Prospekten und Inseraten, daß schon die billigsten Uhren als „mit einem Ia Ankerwerk ausgestattet“ angekündigt werden. Dem aufmerksamen Leser muß es dann so erscheinen, als ob zwischen einer Uhr für 15 RM und für 100 RM eigentlich nur der Unterschied besteht, daß die erstere ein relativ einfaches, die letztere ein recht geschmackvolles Gehäuse hat, daß es sich aber praktisch um dasselbe Werk, lediglich in anderer Form vielleicht noch, handelt. Jeder Uhrenfachmann wird dem sofort entgegenhalten, daß das keinesfalls zutreffend ist und daß natürlich die Uhren mit höherem Preis auch bessere Werke enthalten. Es ist dann also doch offenbar so, daß die Uhr für 15 RM nicht ein prima, d. h. erstklassiges, sondern ein geringeres Werk enthält.

Man kann sich nun fast sechs Jahre nach der Errichtung des Werberats der deutschen Wirtschaft nicht etwa damit zufrieden geben, daß es sich dabei um marktschreierische und erkennbare Übertreibungen handelt. Das Landgericht Berlin hat zu dieser Frage in dem Rechtsstreit betreffend Präzisionsuhr in seinem Urteil vom 13. Juli 1938 — 221 O 135/38 — folgende überzeugenden Ausführungen gemacht:

„Allenfalls ließe sich der Einwand hören, daß die Käufer schon aus dem Preis ersehen könnten, ob die von ihnen erworbene Uhr einen Anspruch auf die Bezeichnung ‚Präzisionsuhr‘ erheben kann. Das trifft jedoch nur für die besonders billigen Uhren zu, bei denen tatsächlich wohl niemand auf den Gedanken kommen wird, daß er eine ‚Präzisionsuhr‘ vor sich hat. Bei den mittleren Preislagen hört aber das Unterscheidungsvermögen des Durchschnittskäufers schon auf, und es ist daher durchaus möglich, daß er eine Uhr in dieser Preislage fälschlich als Präzisionsuhr ansieht. Solche Selbsttäuschungen sind um so eher möglich, als das Bestreben, etwas besonders Gutes zu einem erträglichen Preis zu bekommen, die Käufer in der Regel dazu verleiten wird, den Wert der angebotenen oder erworbenen Uhr eher zu hoch als zu niedrig zu schätzen.“

Und das Kammergericht stimmt diesen Ausführungen zu, wenn es ausführt:

„Wie der Vorderrichter zutreffend ausgeführt hat, kann der Käufer allenfalls bei besonders billigen Uhren aus dem Preis entnehmen, daß er nicht eine Präzisionsuhr vor sich hat. Jedoch ist bei dem Durchschnittskäufer ein solches Unterscheidungsvermögen wegen des allgemeinen Bestrebens, günstig einzukaufen und der daraus herrührenden Selbsttäuschung schon dann nicht mehr anzunehmen, wenn es sich um Ware mittlerer Preislage handelt.“ (KG, im Urteil vom 28. November 1938, 31. U. 4773/38.)

Was die Gerichte hier über das Wort „Präzision“ sagen, gilt entsprechend für das Wort „prima Qualität“ oder für das Wort „Spitzenleistung“, von dem das Reichsgericht in seinem Urteil vom 10. Juli 1936 — abgedruckt in „Archiv für Wettbewerbsrecht“ 1936, S. 235 — ausführt:

„Die Verwendung des Wortes ‚Spitzenleistung‘ in dem Text auf dem weißen Schildchen des Flaschenetiketts verstößt, wie das Berufungsgericht nach den obigen Darlegungen ohne Rechtsirrtum annimmt, gegen § 3 UWG. und ist daher unzulässig.“

Man kann daher als „Ia Werk“ nur Werke von allerbesten und erstklassiger Qualität ansehen. Für Durchschnittsqualitäten dürfen solche Anpreisungen nicht benutzt werden (vgl. das erwähnte Reichsgerichtsurteil, in dem es sich um einen Apricot-Brandy-Likör handelte, der „nicht besser und nicht schlechter sei als alle übrigen Liköre dieser Art und Güte“; Naue-Röttger, „Werbung! Zulässig oder verboten?“, 1937, S. 84; Riedemann, „Was ist

erlaubt — Was ist verboten?“, 1938, S. 128). Dagegen halten Rudloff-Blochwiß, „Das Recht des Wettbewerbs“, 1938, S. 244, Ausdrücke wie „la Qualität“ als erkennbar marktschreierische Reklame für wettbewerbsrechtlich zulässig. Die oben erwähnten Urteile des Landgerichts Berlin und des Kammergerichts wollen diesen Grundsatz auch offensichtlich bei den billigsten Qualitäten anwenden. Abgesehen davon, daß kein Kaufmann oder Handwerker sich gern den Vorwurf machen lassen wird, daß er in seiner Reklame marktschreierisch sei, dürften aber derartig übertriebene Hinweise bei den billigsten Uhren, die nach dieser Ansicht erlaubt wären, schon mit Rücksicht auf Ziffer 6 der 2. Bekanntmachung des Werberats der deutschen Wirtschaft zu unterlassen sein, nach der die marktschreierische Werbung zu unterbleiben hat, anderenfalls der Werberal sicher von seinem Mittel, die Genehmigung der Wirtschaftswerbung auf Zeit zu entziehen, bei hartnäckigen Verstößen Gebrauch machen wird. Die Ansichten, welche Uhrenwerke als „Ia Qualität“ im einzelnen bezeichnet werden dürfen, gehen noch auseinander. Es dürfte sich dabei wohl um die Werke handeln, die als Präzisionswerke anzusehen sind und darüber hinaus auch noch die besseren Werke der vorstehend beschriebenen Qualitätsuhren. Es werden jedoch darüber zur Zeit noch Verhandlungen geführt, um eine gleichmäßige Anwendung zu sichern.

Der Hinweis „Ia Zylinderwerk“ muß also nach dem Vorstehenden beim Publikum den Eindruck erwecken, als ob ein ganz besonders gutes Werk in der Uhr vorhanden ist. Dieser Hinweis findet sich nun eigenartigerweise auch bei jenen ganz billigen Armbanduhren, die gerade mit Rücksicht auf ihren niedrigen Preis nicht mit einem an sich dafür geeigneteren Ankerwerk, sondern mit einem Zylinderwerk ausgestattet sind. Das kann das Publikum jedoch nicht wissen, ebensowenig wie die Anzahl der Steine dem allgemeinen Publikum etwas über die Güte der Uhr sagt. Es ist deshalb sehr bedenklich, bei Armbanduhren von einem „Ia Zylinderwerk“ zu sprechen, weil das Publikum mit Recht annehmen wird, daß es sich um ein besonders hervorragendes Werk handelt und daß damit auch die gesamte Uhr besonderen Ansprüchen gerecht werden kann. Es empfiehlt sich daher, eine derartige Heraushebung des Zylinderwerkes, das selbst in seiner besten Qualität den Ansprüchen, die an Armbanduhren gestellt werden in bezug auf das Aushalten von Erschütterungen, die ständige Lageveränderung usw., doch nicht gerecht werden kann, als „Ia Zylinderwerk“ bei Armbanduhren zu unterlassen.

Fabrikbezeichnungen

Gerade die Wiederverkäufer von Uhren glauben oft, Qualitätsbezeichnungen der Hersteller ohne weiteres dem Publikum weiter übermitteln zu dürfen. Es sei an dieser Stelle auf folgende Ansichten der Gerichte hingewiesen:

„Der Einwand der Beklagten, daß sie nur die Bezeichnung verwenden, die der Hersteller erfunden und vorgeschrieben habe, ist unerheblich, da sie auch bei der Anpreisung fremder Waren die Vorschriften des Wettbewerbsgesetzes beachten muß und sich nicht hinter einem unzulässigen Verhalten des Herstellers verschänken kann. Wenn der Hersteller seinen Uhren einen irreführenden Namen gibt, so muß sie ihn darauf hinweisen oder den Vertrieb seiner Uhren unterlassen, aber sie darf sich nicht zum Mitschuldigen machen, indem sie die Uhren unter ihrem unzulässigen Namen vertreibt.“ (Landgericht Berlin vom 13. Juli 1938 — 221. O. 135/38.)

„Da § 3 UWG. auch die Anpreisung fremder Waren in der dort bezeichneten Weise verbietet, ist der Einwand der Beklagten unerheblich, daß sie die Uhren nur unter dem ihnen von der Herstellerfirma gegebenen Namen vertreibt.“ (Kammergerichtsurteil vom 28. November 1938 — 31. U. 4773/38.)

Man muß sich auch vor Augen halten, daß die Werbung der Fabrikanten, die sich an die Wiederverkäufer wendet, mit Rücksicht auf die Fachkenntnis des Kreises, an den sich die Werbung richtet, wesentlich milder beurteilt werden kann als die Werbung des Handwerkers und Einzelhändlers bzw. der Fabriken, soweit sie sich an den letzten Verbraucher wendet, dem diese Fachkenntnisse fehlen.