

IPARJOGI SZEMLE

Megjelenik minden hó 1-én
a „MAGYAR GYÁRIPAR”
rendes melléklete

Az
IPARJOGVEDELMI EGYESÜLET tagjai
tagdíj- és járulékkülönleg

Jury

Jury

eszmélet javak, az üzleti tisztesség, szabadalmi-, védjegy-, minta-, szerzői-, név- és cégjog oltalmát szolgáló folyóirat
AZ „IPARJOGVEDELMI EGYESÜLET” KÖZLÖNYE

ERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL: BUDAPEST VI. PODMANICZKY UCCA 49. TELEFON: T. 264-03, 123-18

Szerkesztik: DR. BÁNYÁSZ JENŐ és DR. FAZEKAS OSZKÁR

Egy jó tanács

Az alkohol ártalmas az egészségre. A tejivást az ember hamar megunja, ezért főzön inkább gyakrabban tejeskávét. A „Franck“-féle „Enrilo“ kávépótlót ajánlhatjuk legjobban, mert ezzel megtakarítja a drága babkávét. Az „Enrilo“ kiváló kávépótló; ha tejjel keverjük, erős, teljesen jó ízű és igen tápláló reggelit vagy kiadós ozsonnát ad.

Enrilo



a Szent István

Csokoládé

minősége vetekszik bármely
svájci csokoládé minőségével

Gyártja:

Kőbányai Polgari Serfőző és Szent István Tápszerművek Rt.
Budapest-Kőbánya.

Hunyadi János

természetes
keserűvíz
világhírű

JANINA

ES

SENATOR

CIGARETTAPAPIROK ÉS
HÜVELYEK A LEGJOBB
MINŐSÉGŰEK!

KWIZDA-FÉLE FLUID

KIGYÓ VEDJECY

TURISTAFLUID



Rég bevált aromafikus
bedorzsolós koszvény, reuma
ischias és zsabana!

Valódián kapható a gyógyszerárakban

Jury

IPARJOGI SZEMLE

Jury

Az eszmei javak, az üzleti tisztesség, szabadalmi-, védjegy-, minta-, szerzői-, név- és cégjog oltalmát szolgáló folyóirat
AZ „IPARJOGVÉDELMI EGYESÜLET” KÖZLÖNYE

Szerkesztik: DR. BANYÁSZ JENŐ, az egyesület főtítkára, DR. FAZEKAS OSZKÁR, az egyesület ügyvezető alelnöke

SZERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL: BUDAPEST VI, PODMANICZKY UCCA 49 — TELEFÓN: 264-03, 123-18

Monopolium-e a védjegy?

Az áruk nagy tömegében szinte természetes, hogy a vevő egy meghatározott, egy bizonyos vállalatból kikerülő árut kíván. Keres valakit, aki az általa vásárolt áru jószágáért, tisztaságáért garanciát vállal.

Különösen az élelmi, egészségügyi célt szolgáló cikkek-nél tapasztalhattuk, hogy izléses csomagolásban kínálják az árut, egyfelől az áru tisztaságának megőrzése végett, másfelől, hogy az áru előállítója, származása felől tájékoztasson bennünket.

Egyes áruk, főleg a konzervárak pedig már egyenesen megkövetelik, hogy tartós csomagolásban kerüljenek forgalomba.

A védjegyes, a zárt dobozokban forgalomba kerülő áru tehát mintegy kiemel egyes árukat, amelyek nagyjából kimérve is vásárolhatók, de amelyeket a vevő szívesebben vesz izléses csomagolásban, mivel az áru súlya, ára, tisztasága, ugyanazonos minősége, luxusárúknál pedig az áru specialitása iránt nagyobb bizalommal viseltetik, illetve a védjegy, a védjegyes ábra alatt speciális árut keres. Tudatában van továbbá annak, hogy ugyanannak a névnek, az ábrának a megemlékezésével, illetve megjelölésével ugyanazt az árut kapja kézhez, amelyet kíván, amely az ő igényeinek minden tekintetben megfelel.

Ami az élelmi, egészségügyi cikkekre és a luxuscikkekre áll, ugyanazt mondhatjuk mindmégannyi védjegyes árura is.

A védjegyes áruk előterbelépésével a védjegyperek tárgyalása alkalmával az alperesi védekezésekben szinte állandóan olvashatjuk azt a felfogást, illetve azt a véleményt, hogy a védjegyes áru térhódításával a kereskedő már nem áruismeretek alapján vásárol, hanem követve a közönségnek a reklámeszközök útján felkorbácsolt érdeklődését, bizalmát egyes védjegyes áruk jó minősége iránt, illetve „vélt jó minősége iránt”, a közönség ízlését, nemkülönben a maguk jól felfogott érdekeit is követve, mindinkább védjegyes árukkal rendezik be üzleteiket. Nem kutatják immár, hogy az áruk valóban megfelelnek-e a hirdett minőségnek, meg sem kísérlék, hogy szakvéleményt mondjanak, mert úgy érzik, hogy a közönség az ő még oly tárgyilagos kritikájában is, a saját érdekeiknek a szolgálatát látja. „Ime, oda jutottunk, úgy mondanak, hogy a kereskedő, bár olcsóbb és jobb minőségű, vagy legalább is ugyanolyan minőségű áruival tudná kiszolgálni vevőit, de — a reklám, a védjegyes áru jó hírre — védjegyes áru eladására készíti. — A vevő ragaszkodik a védjegyes áru kiszolgáltatásához.” Majd más helyen olvassuk: „Egyes védjegyes áruk ilyképpen korlátlanul uralják a piacot, nincs náluknál jobb áru s a vevő, ha túlmagasnak tartja a teljesen szabadon diktált árt, inkább nem vásárol. Komoly törekvések, úgymond, ilyképpen hajótörést szenvednek, a tetemes költségekkel folytatott reklám megtette a maga hatását, az „x” illatszert, szappant, a „j” sóborszeszt, az „x” likőr már senkinek sem kell, mindenki az általa kedvelt védjegyes árut keresi.

Ha már most mélyebben beletekintünk az „alperesi” védekezésbe, úgy a végső konklúzióban megtaláljuk a helyes választ: — „a magam existenciális érdeke, nemkülönben a köz érdeke is arra készítetett, hogy például a „Hunyady János” helyett „Hunyady Józsefet”, — az „Unicum” likőr helyett a „Novicum” szavakat használjam. — „Egyébként, folytatja a védekezés, kizártnak tartom, hogy a szemben álló szavakat a fogyasztóközönség összetévesse, hiszen az idézett szavak olyannyira be vannak vezetve, hogy az összetévesztés lehetősége kizárt.”

Aki tisztában van a védjegyjog intencióival, az nem

kell vitatkoznunk a tekintetben, hogy a védjegy a fogyasztók bizalmában leli erejét, a fogyasztót az áru keresésében vezeti, irányítja és a védjegyjog csupán az áru keresésében támogatja, védelmezi a fogyasztót, hogy valóban kézhez kapja azt az árut, amit keres, amit a termelő, a gyáros, a kereskedő évtizedes, sőt évszázados munkájának gyümölcseként neki felajánl.

Eltekintve azonban a védjegytulajdonos munkájának jogos, törvényes védelmétől, kiváló előnyök szólnak a védjegyes áruk forgalombahozatala mellett. Már említettük az áruk megbízható súlyát, tisztaságát, amelyhez még hozzájárul a készen csomagolt áru kiszolgáltatásával járó időmegtakarítás.

Ami az áru minőségének a vizsgálatát illeti (?), az ma már meghaladja a detailkereskedő szakismereteit, amennyiben természetesen amúgyis az elismert cégek áruiban keresné a jobb, megbízhatóbb minőséget.

A védjegyes áru (az áru külső csomagolása) tehát lehetővé teszi a különböző minőségű áruk tömkelegében a tájékozódást, a gyors áttekintést és így a könnyed kiszolgálás lehetőségét.

A védjegy a beszerzési források felől tájékoztatja a fogyasztót, mit sem változtat tehát az eleddig előadott felfogáson, hogy védjegye a védjegy törvény szerint nemcsak a gyárosnak, hanem a termelőnek, a kereskedőnek is lehet.

Kétségtelen, hogy a védjegyjog — a reklám a legszorosabb összefüggésben állanak egymással.

A közönség a védjegyes árut egy név vagy ábra, illetve név és ábrái elemekből kombinált kép útján ismeri fel. Kiváló érdeke fűződik tehát ahoz, hogy ez a név minél élénkebben rögzíttessék meg az emlékezetében. A fogyasztó könnyen felejt és a védjegy ismertté tételét célzó tevékenységbe beállott legcsekélyebb szünet már súlyos veszteséget okozhat a védjegy tulajdonosának. Sehöl sem érvényesül oly erőteljesen a reklámtevékenység állandóságának a szükségessége, mint a védjegyes áruk tekintetében. Keserű tapasztalatok igazolják a tétel helyességét. Itt babérokon pihenni nem lehet.

Lehet, hogy egyes védjegyes áruk minősége nem áll toronymagasságban a forgalomba kerülő egyéb, hasonló minőségű áruk felett, de mégis kiemelkedik azok sorából, erőteljes reklámtevékenységével, kitartó munkájával, kétségkívül jó minőségű árujával minél magasabbra emelkedik, míg végül uralja a piacot, de nem monopolium karakterével, — hanem a bizalom erejénél fogva.

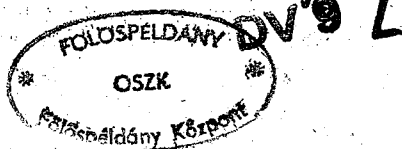
Más kérdés, hogy a védjegyes áruk forgalmának a kereskedelem szervezetére is kiható fontosságuk van: propagandatevékenységével közvetlenül a fogyasztó kezébe adja az árut, a fogyasztót, az utolsó láncszem, beleszól a kereskedelem szabad mozgásába, irányítja a keresletet.

Minél erőteljesebb, minél hatásosabb, minél inkább a detailkereskedő munkájával karöltve halad az a reklámtevékenység, annál inkább függetleníti a védjegytulajdonost a közvetítő detailkereskedelem esetleges ellenmozgásával szemben.

Az áruismeretekkel rendszerint nem rendelkező közönség maga pedig szeretettel fogadja a védjegyes árut. Örül, ha az áruk tömkelegéből kezelebből megjelölheti az általa kívánt, általa már fogyasztott áru nevét.

Ma már a közönség védjegy után vásárolja az árut és a nagy többség ragaszkodik az általa megjelölt áru kiszolgáltatásához.

Távol áll azonban tőlem, hogy a detailkereskedő kétségkívül értékes közreműködését lekicsinyeljem. Alig hihető, hogy a propaganda tevékeny ereje oly feltétlen volna, hogy minden ellenhatással dacolni tudna. A reklámtevékenység



túlértékelés volna, ha a detailkereskedelem ellenállását a fogyasztón keresztül kísérlelnék letörni. Inkább arra kell törekednünk, hogy a fogyasztó az áru jószágáról, hasznos voltáról meggyőződjék, felfogásában a detailkereskedő részéről is megerősíttessék: a fogyasztó a kereskedőt a propaganda eszközüvé tegye.

A vevők kijátszása (Unterschiebung), a kért áruk helyett más, hasonló áru kiszolgáltatása, nézetem szerint, semmivel sem indokolható és menthető tisztességtelen verseny. Az a felfogás, hogy a kereskedő a legjobb meggyőződése szerint jár el, amidőn „szerinte“ a kért áru helyett hasonló minőségű árut nyújt, — önkényes, egyoldalú beállítás. E tekintetben nem tehetünk különbséget a kereskedő és vevő között, — mivel nem csupán a szakértelem, hanem ízlés dolga, hogy melyik áru felel meg jobban az igényeimnek. A kereskedő itt maga is fogyasztó jelleggel bírhat, akit az egyéni ízlése, esetleg nagyobb haszonrészesedés, vagy animozitás is vezethet.

Aki egyébként a védjegy, a gyáros neve után vásárolja az árut, az már az áru finomabb, különleges minőségét tartja szem előtt, amely lehet, hogy egyes esetben képzelt, hogy alig tér el hasonló áruktól, — a vevő mégis keresi és ragaszkodik hozzá, mert ízlésének, igényeinek jobban megfelel.

Kiváló fontossággal bír azonban a védjegyes áruk helyes árpolitikája, főleg abból a szempontból kiindulva, hogy a már megállapított ár, természetesen normális időket tekintve, lehetőleg állandó jelleget öltösn és az árakból a detailkereskedő engedményt ne nyújtson. A védjegyes áru mindenütt ugyanabban az árban kerüljön forgalomba.

Ha a detailkereskedőknek az áru árba kalkulált haszna normális keretek között mozog, úgy a fejlődés egészséges, mert egyfelől a viszonteladónak becsületos megélhetést nyújt, másfelől a fogyasztót a visszaélésektől mentesíti. A netalán csekélyebb haszon pedig, miként már említettük, az áruk gyors kezelésében, a felelősség alól való teljes mentességben nyer kárpótlást. A vevő nem a kereskedőhöz, hanem legfeljebb a védjegyes áruhoz lesz hűtlen.

Ami tehát azt az ellenvetést illeti, hogy a védjegyes áruk forgalma megköti a kereskedelmet szabad mozgásában, nyilvánosságra hozza a beszerzési forrásokat, a közönség szakszerű irányítását, a jobb áruk ajánlási lehetőségeit, vagyis a szakismeretek érvényesítését lehetetlenné teszi, — e kérdésekre már a fentiekben eléggé részletesen meg-
tárgyaltuk.

Befejezésül csupán még megemlíteném, hogy a védjegyes áruk forgalmával szemben itt tárgyalt ellenvetések oly cikkekkal szemben is felhozhatók, ahol védjegyes árukkal elvétele, vagy egyáltalában nem találkozunk. A szabadkéz-politikája úgy itt, mint a védjegyes áru forgalmában egyaránt hatásosan érvényesülhet, persze nem kérdéses, hogy az ismert márkák raktáron tartása a kereskedőre nézve nem csupán a haszon kérdése, hanem presztizs kérdése is.

És végül még egy megjegyzésem volna. A védjegyes árunak a legnagyobb propagandaereje a jó hírneve, — jó hírnév pedig legalább rendszerint mégis csak a jó minőségű árun nyugszik. A jövő, a távoli jövő miként szól bele e kérdésbe, nem tudhatjuk. A védjegyes áruforgalom ma erősen fejlődésben van és ha el tudjuk képzelni, hogy az erőltetett propaganda selejtes védjegyes árukat vet felszínre, amelyek megrendítik a fogyasztóknak a védjegyes áru iránti hitét, bizalmát, — úgy el tudom képzelni azt a korszakot is, ahol a detailkereskedő kesztűs kézzel szolgálja ki a vevőknek a védjeggyel ellátott zsírt, lisztet, petróleumot stb., szóval elsőrendű szükségleteket is, amelyek körében a védjegyes áru fogalma, legalább még nálunk, ezidőszert ismeretlen.

—sz.

A Nemzetközi Iparjogvédelmi Szövetség magyarországi csoportjának közgyűlése

A magyarországi csoport ülést tartott *Belatiny* Artur elnöklésével, aki rámutatott arra, hogy a nemzetközi szövetség júniusi genfi kongresszusa a csoport munkáját nagymértékben megélénkítette. A megtartott vitaülések olyan anyagot szolgáltatottak, mely alkalmas az érdekeltségeknek legnagyobb figyelmét felkelteni. Minthogy a nemzetközi egyezmények a hazai gazdasági életre, az igen nagy kihatású rendelkezések tekintetében, változtatásokat csak igen kis mértékben engednek meg, melyeknek érvényesülési útja természetesen a csoporton és a szövetségen át vezet, a magyar kereskedelemnek és iparnak a nemzetközi vonatko-

zású ipari jogok kérdéseiben a magyarországi csoport a közvetítője. A szoros együttműködés a kormánnyal legutóbb Genfben hozta meg gyümölcseit, amikor *Pompéry* Elemér, mint a kormány kiküldöttje, hivatalos nyilatkozattal támasztotta alá *Kelemen* István alelnöknek a csoport nevében tett előterjesztéseit. A csoport, a jövő év májusában tartandó római kongresszus beható előkészítésére oly választmányt fog megszervezni, melyben az összes érdekeltségek képviselve lesznek, úgyhogy a csoport kontaktusa a gazdasági élet összeségével szisztematizáltatni és mélyíttetni fog. Így alkalmat nyújt a csoport arra, hogy a kereskedelmi és ipari körök az egyenkinti eljárás helyett közös organizációban léphessenek a legfelsőbb fokok, a kormány és a diplomáciai konferenciák elé. A magyarországi csoport mint a nemzetközi szövetségnek egyik alapítója, komoly lépéseket óhajtatni, hogy nemzetközi bpesti kongresszus megszervezésével értekeinket az egész világ érdeklősége előtt bemutassa és propagálja. *Kelemen* titkár betérjesztette nyomtatásban megjelent kimerítő jelentését a genfi kongresszusról, majd összefoglaló jelentést adott le a megvitatott kérdésekről. A jelentés a következő anyagról szól: államszerződési elsőbbség, gyakorlati kényszer, kiállítási elsőbbség, tudományos tulajdon, nemzetközi védjegyzosztályozás, szabadalmak osztályozása, minták és modellek nemzetközi belajstromozása és gyakorlati kényszere, szabadalmak tartama és meghosszabbítása, a származási megjelölés védelme és nemzetközi védjegyek átruházása. A magyarországi csoport a római kongresszus napirendjére tűzte ki a tisztességtelen verseny kérdését, mely kereskedelmünket és iparunkat — különös tekintettel balkáni relációkra — a legnagyobb mértékben érdekli. Az igen látogatott ülésen *Pompéry* Elemér, a szabadalmi bíróság elnöke legmelegebben üdvözölte a nemzetközi budapesti kongresszus tervét. *Kelemen* István alelnök pedig helyes időponttal 1929-et jelölt meg. *Janssen* Lajos szabadalmi ügyvivő péntárai jelentése után még *Bernauer* Zsigmond, műegyetemi m. tanár, szabadalmi ügyvivő és a titkár szólaltak fel. A magyarországi csoport szervező tevékenységének elismerésül *Katona* Béla közgazdasági író egyhangúlag tiszteletbeli tagjává választotta.

A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara Iparjogvédelmi Bizottsága. A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara az Iparjogvédelmi törvénnyel kapcsolatos jogi vonatkozású kérdések megvitatása céljából Iparjogvédelmi Bizottságot létesített, melynek elnöke: *dr. Baumgarten Nándor*, tagjai: *dr. Beck Salamon*, *dr. Belatiny-Braun Zoltán*, *dr. Fazekas Oszkár*, *dr. Lakatos Gyula*, *dr. Lengyel Aurél*, *dr. Lévy Béla*, *dr. Meszlény Artúr*, *dr. Szalai Emil*, *dr. Szász János*, *dr. Szente Lajos* és *dr. Urbach Lajos*.

„Oyosan-Gonosan“ cím alatt közölt 148. számú jogeset indokolásából kimaradt az a megállapítás, hogy a „Gonosan“ csak orvosi rendeletre lévén kiszolgáltatható, már e körülmény is kizárja a megtévesztő hasonlóságot. Egyébként meg kell jegyeznünk, hogy a kérdéses ügy perújítás alatt áll.

Joggyakorlat

1. A csomagolások utánzása. (Színhatás. Jóhízeműség.) Erdemben a választott bíróság megállapította, hogy a felperesi és alperesi csomagolásoknak elsősorban a színe, esetleg előforduló lényegtelen árnyalati különbségétől eltekintve, — teljesen hasonló. Igaz ugyan, hogy áru forgalomba hozatalánál a csomagoláshoz használt boríték színét monopolizálni nem lehet, s így magában véve a szín azonossága az utánzás megállapítására nem elegendő, minthogy azonban a két csomagolás a jellegzetes kék szín mellett *fehér keretezésénél, alakjánál, nagyságánál, a fehér betűk formájánál, elhelyezésénél, s általában egész kiállításánál fogva* annyira hasonló és annyira azonos összbenyomást kelt, hogy ez a forgalomban a megtévesztésre kétségtelenül alkalmas, ennél fogva meg kellett állapítani, hogy alperes olyan jellegzetes külsőben hozza forgalomba áruját, amelyről a forgalomban már egy másik versenyvállalatot, t. i. a felperesét szokták felismerni. Alperesnek azt a védekezését, hogy eljárásában jóhízeműség vezette, megcáfolja az a beismerése, hogy az alperesi cég jelenlegi tulajdonosa az 1926. év november havában, amikor az alperesi üzemet átvette, a korábbi tulajdonostól tudomást szerzett arról, hogy felperesnek kifogása van a kékitő csomagolása ellen, közvetlenül a keresetindítás előtt pedig a felperesi cég tulajdonosa az alperesi csomagolóeszközöknek megsemmisítését követelte, de erre az alperes cég tulajdonosa nem volt hajlandó és áruját továbbra is ebben a csomagolásban hozta

forgalomba. Alperes terhére az utánzás megállapítottán, a választott bíróság az 1923. évi V. t.-c. 10. §-ának 2. és 3. pontja alapján elrendelte a csomagolóeszközök árukra még nem alkalmazott készleteinek megsemmisítését és az alperes tulajdonában meglévő árukról ezen borítékok eltávolítását. (Bpkam. Vál. Biz. 21556—1927.)

2. Hírnév-hitelrontás. (A kritika szabadsága. „Elegendő a versenytörvény tiltó rendelkezéseibe ütköző egyetlen eset igazolása.) Felperes előadása szerint az alperes a keresethez C) alatt csatolt és a tárgyalás során E) alatt eredetiben bemutatott körlevél egyes kitételei, különösen azonban annak egész szelleme, intenciója és tendenciája közvetlenül és közvetve is alkalmasak arra, hogy a vevő alperes üzleti magatartása, tevékenysége és az üzletkötés kihatásai tekintetében káros következtetéseket vonjon le. Alperes védekezésében utal arra, hogy a per tárgyává tett üzleti levelet mindössze 3—4 példányban küldötte szét. E levél védekezés volt a felperesi támadással szemben, t. i. felperes ama üzleti levelével szemben, amely alperes előadása szerint felperes vállalatának terjedelmére és minőségére vonatkozólag valótlán adatokat tartalmazott és alkalmas volt arra, hogy a vevőközönséget a felperesi vállalat terjedelme tekintetében megtévesse. Fentartja (alperes) a per tárgyává tett üzleti levelében előadott tényállításokat, amelyek minden tekintetben szerinte megfelelnek a valóságnak. A választott bíróság alperes eljárását a versenytörvény 13. §-ába ütközőnek találta, mivel alperes az E) alatti üzleti levelében felperes vállalatával kapcsolatban oly megállapításokat tett, amelyek a felperesi vállalat teljesítőképességét, általában üzleti pozícióját hátrányos színben tüntethetik fel. Alperes ama védekezését illetőleg, hogy a per tárgyává tett üzleti levelet mindössze 3—4 példányban küldötte szét, a választott bíróság figyelembe nem vette. A választott bíróság ama felfogásának ad kifejezést, hogy teljesen elegendő a versenytörvény tiltó rendelkezéseibe ütköző egyetlen eset igazolása, — a lényeg csupán az, hogy a versenytárs árúja iránt bizalmatlanságot keltsen. A választott bíróság az alperesi levelében előadott tényállítások valóságára vonatkozó alperesi előadást ugyancsak nem vette figyelembe. A választott bíróság az alperesi vállalat gyári minőségére, illetve teljesítőképességére vonatkozólag ama felfogásának ad kifejezést, hogy a versenytörvény nem érinti a jogos kritika szabadságát. Az általános tétel, hogy a kritika szabadságát, tények megállapítását korlátozni nem szabad. A bíróság szuverén feladata azonban a határok megvonása, hogy t. i. mi az, ami a valóság keretébe illik és mi az, ami azt meghaladja, vagyis átlépi a tárgyilagosságot, és végül hol kezdődik az a fényképezés, amelynek kétségtelen versenyző célzata, hogy a közönséget bizonyos cikkeket fogyasztásától elvonja és a saját árúinak vásárlására csábítsa, végül, hogy a tények és valóságok az üzleti levél szövegében mily vonatkozásban és terjedelemben érvényesülhetnek a gazdasági élet propagandisztikus keretei között. A fenti szempontok figyelembevételével, a választott bíróság úgy találta, hogy az a mód, az a beállítás, amelyben az alperesi üzleti levél szövegezése magát a tényeket köeli, alkalmas lehetett arra, hogy a felperes üzleti teljesítőképességébe vetett bizalmat megingassa.

A választott bíróság az alperes eljárásában nem talált ugyan olyan mozzanatot, amelyből az alperes rosszhiszeműségére következtetni lehetne, mindazonáltal alperes még oly jóhiszemű eljárása sem mentesíti őt a versenytörvény idézett szakaszának következményei alól, amiért is alperest a per tárgyává tett üzleti levelnek azonnali hatállyal való abbahagyására kellett kötelezni. (Bpkam. 45481—1927.)

3. A versenytársi minőség elhallgatása. Nem vitás, hogy alperes, akinek lakása Csáky uccá, kárpitos műhelye pedig Hársfa uccában van, a napilapok vasárnapi számaiban a következő tartalmú hirdetéseket tette közzé: „Garnitúra vörös brokáttal visszament partie miatt eladó”, majd: „Garnitúra vörös brokáttal, szelón, matrac, gobelinszékek visszament partie miatt eladók, Csáky u. III. em. 13.” Minthogy felperes nem vonta kétségbe azt, hogy az alperes által lakásán eladásra hirdetett áruk más megrendelőtől, esetleg visszament partie miatt maradtak vissza és csupán az 1923. évi V. t.-c. 2. §-ába ütköző cselekmény megállapítását kérte az alperes ellen, minthogy alperes beismerte, hogy lakásán nincs felüti az, hogy ő kárpitosmester, de még ha ez így volna is, magában véve az a körülmény, hogy alperes az idézett hirdetésekben elhallgatta azt, hogy ő kárpitosmester és ezzel a hirdetésolvasókban nyilvánvalóan azt a hitet akarta kelteni, hogy a hirdetett bútorokat nem iparostól, hanem magánszemélytől alkalmi olcsó áron szerezhetik meg és nyilván ezen feltevésben keresték is fel alperes lakását, kétségtelen, hogy alperes olyan adatokat híresztelt, illetve a valóságnak

meg nem felelően a kárpitosmesteri minőségét elhallgatva, oly tartalmú hirdetést tett közzé, amely a közönség megtévesztésére és ezáltal alperes árúja kelendőségének fokozására alkalmas volt, miért is őt ezen tevékenység abbahagyására mint perveztest a költségek megfizetésére kötelezni kellett. (Bpkam. Vál. Bir. 18.059—1927.)

4. Fényképek engedély nélküli közlése. Az alperes folyóiratának 79. és 80. sz. füzetében közzétett felhívás szerint a felperesi fényképeknek saját készítményű lenyomatban való elkészítését és forgalomba hozatalát hirdette, holott erre felperestől engedélyje nem volt. Az alperes továbbá a 80. sorszámú füzetben az „Országúti gyilkosság” ponyvai címzés alatt közzétett, bár utóbb a felek által erkölcsileg kifogásolható tartalmúnak nem vitatott regénnyel kapcsolatban a felperes által készített „O...” jegyzésű, egy budapesti fiúiskola IV. A) oszt. végzett tanuló és tanári kara 1926. jelzésű csoportképet is a felperes engedélyje nélkül közölte, amiért is ennek az intézetnek igazgatója felperest az intézeti csoportképek ponyvaregényekben való közzététele miatt az intézetből kiiltotta.

A fenti tényállás folytán alperest a Vál. Bir. a fent körülírt ténykedésektől eltiltja, és őt bírság terhével azok abbahagyására kötelezi, mert, ha alperes állítása szerint — így szól az ítélet indokolása —, a hasonló irányú ifjúsági folyóiratokkal való üzleti versenyben magának előnyt kívánt is biztosítani azzal a ténnyel, hogy egyes iskolák osztályairól készült csoportképeket közölt, ezt csak a fényképeket előállító fényképező engedélyjével tehetette. Ennek folytán az engedély hiányában ilymódon folytatott üzleti verseny az üzleti tisztességbe ütközik. Alperes azonban nemcsak nem elégedett meg ezzel az id. törvényeikk 1. §-ába ütköző magatartással, hanem még az említett folyóirat 79. és 80. füzetében oly hirdetést is tett közzé, hogy ezekről a fényképekről lenyomatokat készít finom katonra figyelmes munkával és azokat darabonként 5000 koronáért árusítani fogja. Ez a magatartása az 1923. V. t.-c. 30. §. 3. bekezdésének megfelelően elbírálandó versenyvállalat kezdeményezését jelenti, mely abban állott, hogy a felperes által saját alaptörvényének, munkájának, üzleti berendezésének felhasználásával készült csoportfényképeket minden rizkó és fáradság nélkül, saját készítményű külön lenyomatokban akarta előállítani, és forgalomba hozni, minek következménye az lett volna, hogy az alperes felperessel szemben, ennek saját felvételű fényképeivel fejtett volna ki meg nem engedett üzleti versenyt. Olyan magatartás ez, amely felperes üzleti tevékenysége eredményének jogtalan kihasználásával nemcsak az üzleti tisztességbe, hanem nyilvánvalóan a jó erkölcsökbe is ütközik. Az üzleti versenynek ilyen módon való kifejtésétől történő eltiltása tehát szintén az id. törvényeikk 1. §-ának 2. bekezdésén alapul.

Az a körülmény, hogy alperes az iskola IV. A) osztályát végzett tanulóiról és tanáraitól készült csoportképet az említett ifjúsági folyóirat egy olyan számában tette felperes engedélyje nélkül közzé és hozta forgalomba, amely az „Országúti gyilkosság” ponyvaívú címet viselte és ezzel előidézte azt, hogy ennek az intézetnek igazgatója, nem vitásan, felperest 1927 júniusában, mikor az intézetben a szokásos felvételek eszközlése végett megjelent, arra való utalással tiltotta ki az intézetből, hogy nem tűrheti azt, hogy az intézet tanári karának és ifjúságának csoportképe egy ponyvatermékben megjelenjen, felperes érdekeinek a sérelmével oly cselekedetet követett el, mely alkalmas volt arra, hogy felperesnek jó hírnevét veszélyeztesse és az intézet vezetősége részéről az ő személyi megbízhatóságába vetett hitet megrendítse. Ez a magatartása alperesnek nyilvánvalóan az 1923. V. t.-c. 13. §-ában meghatározott tényálladékokat fedti, annak abbahagyására való kötelezése tehát az id. t.-c. 1. §-ának 2. bek.-nek megfelelően indokolt. (Bpkam. Vál. Bir. 46.482—1927.)

5. Az ajánló-levelekkel történő visszaélés: tisztességtelen verseny. Felperes tisztességtelen verseny megállapítása és abbahagyása iránt indított alperes ellen keresetét azon az alapon, hogy M. gimnáziumi tanár egyik tanítványának a felperes részére szóló és felperesnek címzett ajánlott levelet adott át avégből, hogy a fiú azzal felperesnél vásároljon; a fiú azonban a levelet tévedésből alpereshez vitte, aki annak dacára, hogy tudta, hogy a levél nem neki szól, a fiút kiszolgált; ezzel pedig alperes az 1923. V. t.-c. 1. §-ába ütköző tisztességtelen versenyt elkövette. Az ajánlólevél melyet a kereskedővel összeköttetésben álló valaki a kereskedő címére kiállít és amelyet egy harmadik egyénnek azzal a rendeltetéssel ad át, hogy az illető a levelet az általa ajánlott kereskedő üzletébe menjen és ott árút vásároljon, a bizottság megállapítása szerint, az ajánlott kereskedő szempontjából komoly üzleti értéket képvisel, amely érték

abban rejlik, hogy az ajánló, egyén az ajánlott kereskedőt mint jó és megbízható céget ismeri, másoknak ajánlja és más vevőket az ajánlott kereskedőhöz utal vásárlások eszközzése végett. Az ilyen kereskedelmi értékkel való minden visszaélés ennél fogva kétségtelenül a tisztességtelen versenyről szóló 1923. V. t. c. 1. §-ába ütközik és ilyképp tisztességtelen versenynek minősül az, ha egy másik kereskedő, akihez véletlenül a levél birtokosának tévedéséből a levél került, azt egyszerűen figyelembe nem veszi és a jelentkező vevőnek az árut kiszolgálja, habár jól tudja, hogy az ajánló levél nem neki, hanem más kereskedőnek szól, — mert ezáltal az utóbbi kereskedő azt a komoly üzleti és kereskedelmi értékét, mely az ajánlólevélben rejlik, a maga részére használja fel és aknázza ki, amely cselekedete kétségtelenül a kereskedelmi tisztességbe és a jó erkölcsökbe ütközik. Amde a levelet felhasználó kereskedőnek ez a tény csak addig tisztességtelen, amíg ő a levelet szó nélkül, avagy annak netaláni megemlítése mellett, hogy az ugyan nem neki szól, de azért a levél hozóját kiszolgálja hajlandó, a fentebb előadott módon a maga javára értékesíti; *mihelyt azonban a levél hozóját arra figyelmezteti, hogy a levél nem neki szól és az illető e figyelmeztetés dacára ragaszkodik* ahhoz, hogy a levélre való tekintet nélkül az utóbbi kereskedő üzletében vásároljon, a kereskedőnek ez a cselekménye már elvesztette azt a kereskedelmi és üzleti értékét, amely a maga részéről többet tenni nem köteles, mint a levél birtokosát figyelmeztetni arra, hogy a levél nem neki szól, és ha az illető ennek dacára a vételhez ragaszkodik, a levél már elvesztette azt a kereskedelmi és üzleti értékét, amely benne rejtett és így a másik kereskedő előtt a verseny tisztessége szempontjából a levélbeli ajánlás dacára az üzlet megkötése akadályba már nem ütközik. Minthogy pedig a megállapított tényállás szerint alperes a fűt figyelmeztette arra, hogy a levél nem neki szól, hanem a szomszéd cégnek, vagyis a felperesnek és a fűt ennek dacára alperesnél akarta a fegyvert venni, sőt egyenesen azt mondotta, hogy a levél nem fontos és ő ott vesz, ahol akar, nyilvánvaló, hogy alperesnek a verseny tisztessége szempontjából nem lehetett tovább aggálya, hogy a fűt kiszolgálja-e vagy sem; hanem azt megtehetette anélkül, hogy ezzel a tisztességes versenyt sértő cselekményt követett volna el. (Bpkam. Vál. Bir. 22.682—1927.)

6. Az „ingyen” szállításoknál az áru mennyisége pontosan és félreérthetetlenül jelölendő meg. Felperes per tárgyává teszi alperes körlevelének azon kitételét, hogy „A legjobb porosz szénből 1 mintaszákkal ingyen”. A vb. felperes keresetének helyt ad. Indokokból: A tényállás a felek között nem vitás, amely szerint az alperes a felperes által kifogásolt körözvényeket sok ezer példányban szétküldte. Az alperes azzal védekezett, hogy ezek a körözvények az 1923. V. tc. egyik rendelkezésébe sem ütköznek és szó sem lehet a 2. §-ban körülrít szédelgő feldicsézésről, még pedig annál kevésbé, mivel a körözvényekből kivetheti mindenki, hogy egy zsák szén ingyenes felajánlása csakis mintaszákokra vonatkozik, amint a körözvényekben is ismételt mintaszákról van szó, és ő tényleg csak 5 kilos mintaszákokat szolgáltatott ki. A választott bíróság az alperes eljárásában nem talált ugyan oly mozzanatot, amelyből az alperes rosszhiszeműségére következtetni lehetne és megállapítja, hogy a körözvényben, ahol ingyen szénről van szó, mintaszák is említve van és azt sem vonja kétségbe, hogy az alperes által tényleg szolgáltatott ingyenes szén csak 5 kilos mintaszákokban lett szolgáltatva, mindazonáltal alperest marasztalja, mivel a körözvénynek az egyik lapján vörös betűkkel az a kijelentés van, hogy küldjenek a mintának megfelelő porosz szénből „egy zsákkal ingyen”. A közönség nálunk egy zsák szén alatt ötven kilos zsákot ért, ami köztapasztalati tény. Ehez járul, hogy a körözvényen, hol fekete, hol vörös betűkkel a közönség *figyelmeztetve van*, úgy az ingyen zsák, mint az ingyen mintaszákra. Mindezekből a választott bíróság azt a következtetést vonja le, hogy az alperes említett eljárása, az id. tc. 2. §-ában foglalt tényállás elemeit kimeríti, amely okból ily híreszteléstől a jövőben tartózkodnia kell, még ha eljárása jóhiszemű is lenne. A kereset azon részének, hogy az ítélet hírlapilag

közzétételék, a választott bíróság helyt azért nem adott, mivel ezt az id. tc. 36. §-a még pervesztés esetén sem írja elő kötelezően, a választott bíróság pedig ennek a szigorú rendelkezés alkalmazásának kellő okát fenforogni a jelen esetben nem látja. (Kam. Vál. Bir. 44.798—1927.)

7—8. „Budapesti Nagykereskedők Hitelező Központja”, valamint „Magyar Hitelvédő és Hiteltudósító Központ” megjelölés magánvállalatok részéről történő használata megítévesztő. A felek között nem vitás tényállás szerint alperes kereskedelmi vállalatának megjelölésére a „Budapesti Nagykereskedők Hitelező Központja” elnevezést használja és vállalatát úgy jött létre, hogy 14 budapesti kereskedő egy szervezetbe tömörülve, alperest bízták meg azzal, hogy alperes nekik hitelképes vásárlókat szerezzen, akiknek a kereskedők részletre kiszolgáltatták a kívánt árut; a vásárlás olyképp történik, hogy alperes a venni szándékozóknak utalványt ad, amellyel azok az illető kereskedőnél vásárolnak, a vételári részleteket pedig egy bankba fizetik be és alperes állapítja meg havonként irodája útján, hogy a befizetett összegből az egyes kereskedőket milyen összeg illeti meg a náluk vásárolt áruk vételári részlete fejében; a kereskedő által a vevővel kötött adásvételi ügyletből jog és kötelezettség azonban kizárólag az eladó kereskedőt illeti, illetőleg terhelés és alperes a szervezethez tartozó kereskedőktől tevékenységéért csupán bizonyos jutalékban részesül. Egyetértettek a felek abban is, hogy a fenti szervezetben tömörült kereskedők szerződés alapján tagjai a szervezetnek és hogy alperes vállalatát sem cégjegyzéve nincsen, sem közzétételéig jóváhagyott alapszabályokkal nem rendelkezik. E tényállás alapján a felperes kérte alperest vállalatát fentleirt megjelölésének abban hagyására kötelezni, mert a kereskedők tömörülése nem egyéb alperes magánvállalatánál, alperes azoknak csak adminisztratív szerve, aki nem jogosult a „Nagykereskedők Hitelező Központja” megjelölést használni vállalatát megnevezésére, mivel a „Központ” szó felhivatalos jellegre utal; kérte továbbá a felperes az ítéletnek alperes költségén az „OMKE” című szaklapban való közzétételét elrendelni és alperest az összes költségben marasztalni. — A nem vitás tényállás alapján a bíróság úgy találta, hogy alperes vállalatának megjelölése a való tényeket nem fedi és a vevőközönség megítévesztésére alkalmas. A „budapesti nagykereskedők” kifejezés kétségtelenül arra látszik mutatni, mintha az összes budapesti nagykereskedők, vagy legalább azoknak tekintélyes része az alperesi vállalatba tömörült volna, holott ez a valóság *nem meg nem felel* mert csupán 14 kereskedő tagja van az alperesi szervezetnek. A „Hitelező Központ” kifejezés szintén nem találó, mert alperes a kereskedők tömörülésének csupán kezelésével megbízott szerve és habár a kereskedők a vásárlóknak hiteleznek is, de alperes maga nem hitelez és semmiféle hitelügylettel saját hatáskörében nem foglalkozik, csupán azzal, hogy a szervezetbe tömörült kereskedők hitelügyleteit előmozdítja és lebonyolítja; nem nevezheti magát „Hitelező Központ”-nak. Maga a „Központ” kifejezés valamely *hatósági szervezetet* jelent, tehát vagy azt, hogy a vállalat mint *kereskedelmi egyesülés* jelentkezik, szabályszerűen cégjegyzéve van, vagy pedig *közhatóságilag elfogadott olyan egyesülés, amelynek miniszterileg jóváhagyott alapszabályai vannak*; amde alperes vállalatát sem cégjegyzéve nincsen, sem közhatóságilag elfogadott alapszabályokkal nem rendelkezik, mint ilyen tehát „Központ” megjelölésre igényt nem tarthat és e megjelöléssel a vállalat minősége tekintetében a nagyközönség szemében megítévesztést idéz elő; a „Központ” szó mögött ugyanis a vevőközönség egy szabályozott, közhatósági jelleggel bíró tömörülést vél felfedezni, amiről alperesnél szó sincsen; úgyhogy ez a kifejezés kétségtelenül megítévesztőleg hat, mivel alperes vállalatát a fent részletezett működési köre folytán nem tekinthető egyébnak, mint az alperes személyes vállalatának, amely semmiképp sem tarthat igényt arra, hogy közhatósági jellegű vállalat látszatát keltsen. Felperes keresete tehát mindenképen alapos és ezért a bíróság alperest arra kötelezte, hogy *vállalatának megjelöléséből a „Budapesti Nagykereskedők Hitelező Központja” szavakat azonnali hatállyal hagyja ki, egyben az id. törv. 36. §. alapján kérelmére felperest feljogosította a jelen ítéletnek alperes költségén az „OMKE” című szaklapban leendő közzétételére.* (Bpkam. Vál. Bir. 30.027—1927.) Hasonló állást foglalt a Választott Bíróság a „Magyar Hitelvédő és Hiteltudósító Központ” megjelölés kérdésében. A konkrét peres ügyben azonban a bíróság ítéletet nem hozott, mivel alperes egyezségben kötelezte magát vállalatát megjelölésének abban hagyására. A vál. bírósági peres ügy egyezséggel befejeződött. (Bpkam. Vál. Bir. 30.026—1927.)



CORDATIC
VI. MOZSÁR UTCA 9.

Stollwerck Testvérek Rt.

- CSOKOLÁDÉ ●
- BONBON ●
- KARAMELLA ●

Calderoni és Társa
Budapest, V, Vörösmarty tér 1 (Haas palota)

Látcsövek, lorgnettek, szemüvegek és orrcsipezők a legfinomabb kivitelben. Zeiss, Punktál- és Ultrasin-üvegek
Fényképezési cikkek

Alapítva: 1819. év ☼ Telefon: L. 973-26



Salicylsav-Chinoin

legkönnyebb, legjobb, legolcsóbb. Minden tekintetben kiállja a külföldi készítményekkel a versenyt.

TÖRLEY PEZSGŐ




Meinl-kávé

Maulé



Dreher Csokoládé

PALOTÁTÓL-KUNYHÓIG



DIANA SÓSBORSZESZ

A Nektár gyógytápsör

alkoholtartalomban szegény, de extractban annál dúsabb. Údit, de nem bódít. Orvosok ajánlják. Megrendelhető a

Fővárosi Sörfőző R.-T.-nál

Kőbányán. Gyártelep: X, Maglódi u. 47.
Telefon: József 463-89. szám – és a
Városi raktárnál VIII, Tavaszmező ucca 7
☉☉ Telefon: József 463-83. szám ☉☉