

A KERESKEDELMI JOG- ÉS ISMERETEK TÁRA

— FOLYÓIRAT. —

FELELŐS SZERKESZTŐ ÉS KIADÓTULAJDONOS: DR. RÓTH PÁL ÜGYVÉD.

A lap szellemi részét illető közlések a szerkesztőségbe, az előfizetési pénzek és fel-
szólalások a kiadóhivatalba küldendők. — Hirdetések a kiadóhivatalban árszabás
szerint vétetnek fel. — Kéziratok nem adatnak vissza.

ELŐFIZETÉSI ÁR:	SZERKESZTŐSÉG:	KIADÓHIVATAL:
Félévre 3 frt.	Budapest, V., Váci-körút	Mezei Antal Budapest,
Egész évre 6 frt.	46. szám.	V., Gizella-tér (Haas-palota).

••••• Megjelenik minden hó 1-én és 15-én. •••••

A hirdetésvállalkozók jogi állása tekintettel a kereskedelmi törvényre.

Irta: Dr. Murányi Ernő budapesti ügyvéd.

Ma már általánosan elismert dolog, hogy kereskedelmi törvényünk, daczára még nem is két évtizedes hatályának, módosításokra szorul. A gőz uralkodott e század közepén, mire annak végére érünk e hatalmas természeti erőt szinte legyőzi már egy annál még hatalmasb: a villanyosság. S ez a rohamos fejlődés, melynek még a természeti erők sem bírnak ellentállni, szabálylá vált minden téren, folyton új és új alakulatokkal állunk szemben, melyekre előbb nem is gondoltunk. Bármily előrelátók a törvényhozások, a leggondosabb körültekintés csak a „ma“ viszonyainak felel meg. A legnagyobb előrelátás csak gyanítássá lesz a „holnap“ eredményeivel s intézményeivel szemben.

Ime a kereskedelmi törvény a „tegnap“ szülötte s a „ma“ már elementaris erővel követeli módosítását, hogy megfelelő legyen a mai viszonyoknak. Pedig alkotásakor a mára is tekintettel voltak. Ott vannak a szövetkezetekre vonatkozó intézkedések, melyek annak idején liberálisok s a szabad forgalmat támogatók voltak s tulmentek az akkori viszonyok határain. Azok az intézkedések a jövő fejleményeire való tekintettel hozattak és az akkori viszonyokhoz képest sokat is előlegezttek a jövőnek. Ime, ma alig 18 év után, kicsinyesek. De nemcsak ilykép módosítandók a keresk. törvény intézkedései, azok ki is egészítendők. Mikor azt megszerkesztették, ki gondolt arra, hogy hazánkban a hirdetés, a reclam, a kereskedelmi forgalom egyik legéltetőbb eleme lesz s ki gondolt arra, hogy a kereskedelmi forgalom szabályai közepette kellene intézkedni a hirdetési ügyletről, illetve hirdetési vállalkozásról.

Ma nem is képzelhetjük a kereskedelmi forgalmat hirdetés nélkül. Bellamy álmodott társadalmában arra szükség nincs. Ott minden emberi szükséglet részére a kielégítéseül szolgáló jav egy nagy tárházban van felhalmozva, de ma, hol minden szükséglet részére a kielégítést más-máshonnan kell beszereznünk, hol a szabad verseny hatása alatt számtalan producens áll elő, ki egymást kívánja felülmulni, hol a finomodott s finomuló izlés naponta új szükségleteket teremt: a hirdetés — az utjelző — elkerülhetetlen szükséges. Innét van az, hogy évente milliók és milliókat költenek a vállalkozók hirdetésekre: ez a praxis elismerése s ez nem hazudik.

A mi kereskedelmi törvényünk azonban daczára annak, hogy az általa taxative felsorolt kereskedelmi ügyletek közé számos olyant vett fel, mely nem áruk forgalomba helyezését — tehát a tulajdonképeni kereskedést — képezi, hanem ezt lehetővé teszi s előmozdítja, a hirdetési vállalkozást — legalább nézetem szerint — nem tekintette kereskedelmi ügyletnek s arra legalább nem gondolt. Magyarázata ennek nagyon egyszerű. A kereskedelmi törvény alkotásakor Magyarországon a hirdetési vállalkozás alig született meg, csecsemő korát alig élte s akkor abban nem láthattak oly intézményt, mely képes legyen a kereskedést, az áruk forgalomba helyezését oly hathatósan előmozdítani, mint az ma történik s ép ezért arra, hogy ezt belevonják a kereskedelmi törvény keretébe, egyáltalán nem gondolhattak.

A jogérzet azonban gyakran megelőzi a törvényhozást s legtöbbször a köztudatba átment annak a szükségességének érzete, a mit utólag a törvényhozás szentesít. Ily esetekben azután a bíróságok is nem egyszer a közjogerzet hatása alatt ítélnének. Ezek azok az esetek, a midőn a bíróságok valamely speciális esetre, a hogy mondani szokás, valamely paragrafust reá-huznak.

Igy áll a dolog a hirdetési vállalkozók tekintetében is. Ezek a keresk. törvény szerint nem kereskedők, illetve nem tekinthetők azoknak s mégis bíróságaink előszeretettel azoknak tekintik. Nem egy felsőbbirósági határozat intézkedik ily irányban, de egyet sem ismerek, mely megindokolná ezt a felfogást; valamennyi annak egyszerű consequentiáit vonja le, a tényt magát pedig a praemissát feltétlenül elfogadja s hogy úgy mondjam kritika nélkül is.

Ime egy eset. A laptulajdonos beperli B. hirdetési vállalkozót, ki bejegyezve mint czég nincs, 25 frt hirdetési díj fejében, mivel B. A-nak lapjában hirdetési irodáját hirdette. A kereset a kir. jbság, mint keresk. bíróság előtt volt indítva. Alperes hatásköri kifogást tesz, ő nem kereskedő s a hirdetési ügylet, melyet ő felperessel kötött, sem kereskedelmi, kéri hatáskör hiányában a keresetet elutasítani. A kir. járásbíróság elfogadva alperes allegátáját, felperest elutasítja. Ez felebbez s a

budapesti kir. ítélőtábla megállapítja a jbiróság hatáskörét a következő indokból: Alperes kereskedő lévén, az általa kötött hirdetési ügylet a keresk. törv. 260. §-a alapján reá nézve kereskedelmi.

Elfogadom, hogy ha alperes kereskedő, akkor, ha hirdetést ad fel, az reá nézve kereskedelmi ügylet, de a jelen speciális esetben miért kereskedő alperes? Erre a kir. tábla nem válaszol, ezt nem indokolja. Jogérzete sugta neki, hogy így kellene lennie, de a jogérzetének nyilatkozatát kritika alá nem vette. A bíró a fenálló törvény szerint köteles itélni, ő a lex lata commentatora s alkalmazója.

Előbb kiemeltém, hogy B. be nem jegyzett hirdetés vállalkozó s szándékosan hangsúlyoztam a be nem jegyzést. Ugyanis a nagyobb hirdetési vállalatok a „kereskedelmi cégjegyzékek“-be bevezetvék. Pedig e jegyzék kereskedelmi cégek jegyzéke s így tehát abba oly cég, mely nem foglalkozik kereskedelmi ügyletekkel, bevezethető nem volna. Ez is helytelen és ép oly törvényellenes állapot, mint mikor házépítési vállalkozók vezetetik be cézeiket a kereskedelmi cégjegyzékbe.

A keresk. törvény. 7. §-a világosan azt mondja, hogy a keresk. törvény által előszabott bejegyzésekre vezetettnek cégjegyzékek s a 16. § értelmében oda minden kereskedő köteles cégét bevezettetni. De az, a ki nem kereskedő s illetve kereskedőnek nem tekinthető, oda cégét be nem vezetethetné. S épen ezzel ellenkezőleg számtalan lényegileg nem kereskedő vezeteti be oda cégét, pedig a bevezetés által senki kereskedővé nem válik.

Annak a kérdésnek elbírálására, vajjon valaki kereskedő vagy sem, teljesen független a cégjegyzéktől s ép oly független ettől, mint a keresk., törv. 6. §-a értelmében az iparjogositványtól, vagy egyébkénti polgári állásától. A döntő tisztán az, foglalkozik-e oly ügyletekkel, melyek a keresk. törv. értelmében kereskedelmieknek tekintendők.

Ha igen, akkor lehet az illető ügyvéd, orvos, katona, vagy akármilyen más, kereskedőnek tekintendő, akár van bejegyezve, akár sem, ha nem foglalkozik oly ügyletekkel, akkor be lehet jegyezve, cégét kifüggesztheti, vezethet a keresk. törvény értelmében annak megfelelő könyveket, cégtáblájára odairhatja azt is, hogy kereskedő vagy nagykereskedő, szóval mindent megtehet, hogy kereskedőnek tekintessék jogilag s a kereskedelmi törvény értelmében nem lesz kereskedő s ennek természetes következményeképen nem részesülhet annak előnyeiben.

A kérdés tehát most már csak az lehet, vajjon a hirdetési vállalkozó üz-e oly foglalkozást, illetve foglalkozik-e oly ügyletekkel, melyeket a keresk. törvény kereskedelmieknek declarál.

Ezekről taxative intézkednek a keresk. törv. 258. és 259. §§-ai, mert természetesen a 260 §. oly alapul nem szolgálhat, mint-hogy ez a kereskedőnek üzlete folytatása czéljából kötött ügyle-

teiről intézkedik, tehát supponálja azt, hogy az illető már a 258. vagy 259. § alapján kötött ügyletei folytán kereskedőnek tekinthető.

Ha átnézzük a hivatkozott 258. és 259. §§-okat, úgy csak két pont az, a melyre esetleg vonatkozhatunk e kérdésnél t. i. a 259. § 5. és 7. pontjai. Az előbbi a kiadói ügyletekről s a nyomdai ügyletekről intézkedik, az utóbbi a kereskedelmi ügyletek közvetítéséről.

A hirdetési vállalkozás magában sem kiadói, sem nyomdai ügyletnek tekinteni nem lehet. Kiadóinak azért nem, mert a keresk. törv. 515. §-a ennek fogalmát meghatározza s a hirdetési vállalkozást ennek keretébe egyáltalán nem lehet bevonni, nyomdai pedig azért nem, mert a nyomdai ügyletnél a nyomtatvány előállításában van az ügylet lényege, míg a hirdetési vállalkozásban valamely tény közhirre tételében, melynek egyik eszköze a nyomtatvány, tehát egy nyomdai ügylet eredményének felhasználása.

Sokkal közelebb esik a hirdetési vállalkozás fogalmához a kereskedelmi ügyletek közvetítése. Ez azonban csak látszólagos, mert a kereskedelmi ügyletek közvetítése két oly fogalmat egyesít, mely a hirdetési vállalkozásnak egyáltalán nem jellemzője t. i. azt, hogy közvetítés s hogy kereskedelmi ügyletekre vonatkozik. Ily szétválasztásban a különbség rögtön szembeötlő. A hirdetésnek egyáltalán nem kell kereskedelmi ügyletekre, sőt tovább menve, ügyletekre sem vonatkoznia, magában egy tény közhirre tétele a hirdetés. Lehet, hogy e tény olyan, mely kereskedelmi ügyletre vonatkozik, de ez legkevésbé sem szükegképeni.

Feltéve azonban, hogy valamely hirdetés tényleg kereskedelmi ügyletre vonatkozik is, az semmi esetre nem közvetítés. Ez részben az ügylet kötéséhez szükséges másik fél felkeresését, részben a felek közt váltandó nyilatkozatoknak egyiktől másikhoz juttatását jelenti, a hirdetés mindezt nem teszi, mert az, mint több ízben kiemelttem, csak egy tényt juttat köztudomásra. Igaz, e tény lehet az is, hogy X vagy Y hajlandó ezt vagy azt az ügyletet kötni. De még ha egy hirdetés ekként szól is, akkor sem közvetítés is az. Mert a közvetítő az egyik ügyletet kötni szándékozó félhez keresi meg a másikat akként, hogy egy ajánlatot vesz az elsőtől s azután befoly az ügylet véglegesítésébe, a hirdetési vállalkozás felhívja a közönség figyelmét arra, hogy a ki ilyen vagy olyan ügyletet akar kötni, az itt és itt talál valakit, akinek tehet ez irányban ajánlatot s avval megszűnik működése. A közvetítő ajánlatot tesz, a hirdetési vállalkozó ajánlattételre felhív.

Nem szeretek hasonlatokkal élni, de az eset ugyanazonos majdnem avval mintha egy kereskedő valakinek ajánlatot tesz, hogy szállit neki pl. kávé t. i. kávé ily s ily árban, míg másfelől a boltajtóra kiragaszt egy czédulát azzal „itt a legjobb kávé kapható“.

Amott egy ügylet megkötését czélzó ajánlatot tesz, itt felhiv arra, hogy a ki jó kávét akar, jöjjön be s tegyen ajánlatot. Ott kötve van a keresk. törvénynek az ajánlatokra vonatkozó szabályai szerint, itt semmihez sincs kötve, mert ő vár ajánlatot, e hirdetéstől bármikor s bárkivel szemben elállhat még akkor is, ha a kávé árát a bolt ajtóra kiírta s a venni szándékozó kijelenti, hogy ő ugy és olyan kávét akar venni, mint a hirdetésben említve van. A kereskedő mégis nemet mondhat, mert részéről a nagy közönségnek tudomására juttatás nem egyéb, mint hajlandóságának kifejezése ajánlatok átvételére.

Nagy tehát a különbség hirdetés és közvetítés közt már a működés kezdetén, ezenfelül a hirdetés szerepe már a köz-tudomásra hozatallal megszűnik, a közvetítésé akkor kezdődik, mert az üzlettársat megkeresni még nem elég neki, még a feltételek megállapításában s az ügylet végkielégítésében is fontos szerepe van t. i. a nyilatkozatok egymástól egymáshoz juttatása. A hirdetés szerepéhez s feladatához ez nem tartozik; ennek feladata megszűnt, mihelyt tudják, hogy X. vagy Y. hajlandó ily ügyletre, a közvetítés feladata pedig az ügylet létesítése.

A hirdetési vállalkozás tehát nem vonható a keresk. törv. 259. §. 7. pontja alá s így a hirdetési ügylet nem minősíthető kereskedelmi ügyletnek törvényünk szerint, de lege lata. De lege ferenda feltétlenül szükséges azt azok közé sorozni, mert ma a hirdetési vállalkozás — amennyiben a kis ipar körét meghaladja — a kereskedelmi forgalom egyik oly hatalmas támaszává lett, hogy joggal igényelhet helyet a kereskedelmi forgalom joga által és arra való tekintettel szabályzott intézmények között.