

Megjelenik minden hónapban,
mint a „MAGYAR GYÁRIPAR”
rendes melléklete

Jury

IPARJOGI SZEMLE

Jury

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

SZERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL: BUDAPEST VI, PODMANICZKY UCCA 49. TELEFON: T. 264-03, 125-18

Szerkesztik: **DR. BÁNYÁSZ JENŐ** és **DR. FAZEKAS OSZKÁR**

Egy jó tanács

Az alkohol ártalmas az egészségre. A tejivást az ember hamar megunja, ezért főzzön 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 Polgári Serfőző és Szent István Tápszerművek Rt.
Budapest-Kőbánya.

Hunyadi János

természetes
keserűvíz
világhírű!



JANINA

ÉS

SENATOR

CIGARETTAPAPIROK ÉS
HÜVELYEK A LEGJOBB
MINŐSÉGŰEK!



SENATOR

KWIZDA-FÉLE FLUID

KIGYÓ VÉDJEGY

TURISTAFLUID



Rég bevált aromatikus
bedörzsölés köszvény, reuma,
ischiás és zsabánál



Valódián kapható a gyógyszertárakban

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 főtitkára, 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 jószágért, 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 kiemelt egyes árukat, amelyek nagyobbbrészt 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 mindmennyi védjegyes áruira is.

A védjegyes áruk előtérbelésével a védjegyeket 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 hirdetett 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 ugyanoly minőségű áruival tudná kiszolgálni vevőit, de — a reklám, a védjegyes áru jó hírneve — védjegyes áru eladására készíti. — A vevő ragaszkodik a védjegyes áru kiszolgáltatásához.“ Majd más helyen olvasuk: „egyes védjegyes áruk ilyképpen korlátlanul uralják a piacot, nincs náluknál jobb áru s a vevő, ha túlmagasanak 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“ illatszer, szappan, a „J“ sósorszesz, 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 konkluzióban megtaláljuk a helyes választ: — „a magam egzisztenciális 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 összetévesztse, hiszen az idézett szavak olyannyira be vannak vezetve, hogy az összetévesztés lehetősége kizárt.“

Aki tisztában van a védjegyjog intencióival, azzal 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 gyümölcsé-ként néki felajánl.

Elteltekintve 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 természetszerűleg 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 eddig előadott felfogáson, hogy védjegye a védjegy törvény szerint nemcsak a gyárosnak, hanem a termelőnek, a kereskedőnek is lehet.

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

A közönség a védjegyes árut egy név vagy ábra, illetve név és ábrai 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 veszteségeket okozhat a védjegy tulajdonosának. Sehhol 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 haladó ez 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 kezelebről 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 kísérelnők letörni. Inkább arra kell törekednünk, hogy a fogyasztó az áru jószágáról, hasznos voltáról meggyőződve, felfogásában a detailkereskedő részéről is megerősíttessék: a fogyasztó a kereskedőt a propaganda eszközevé 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 öltson 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 hűlen.

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 ajánlása lehetőségeit, vagyis a szakismeretek érvényesítését lehetetlenné teszi, — e kérdésekre már a fentiekben eléggé részletesen megfeleltünk.

Befejezésül csupán még megemlíteném, hogy a védjegyes áruk forgalmával szemben itt tárgyalt ellenvetések oly cikkekkel szemben is felhozhatók, ahol védjegyes árukkal elvett, vagy egyáltalában nem találkozunk. A szabad kéz politikája úgy itt, mint a védjegyes áru forgalmában egyaránt hatáson 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 a 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 kesztyűs kézzel szolgálja ki a vevőknek a védjegyes ellátott zsírt, lisztet, petróleumot stb., szóval elsőrendű szükségleteket is, amelyek körében a védjegyes áru fogalma, legalább még nálunk, ezidőszent 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 megélenkítette. A megtartott vitaülések olyan anyagot szolgáltatottak, mely alkalmas az érdekeltségűeknek legnagyobb figyelmét felkelteni. Minthogy a nemzetközi egyezmények a hazai gazdasági életre, az igen nagy kihívású 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 mélyítettetni 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 óhajtott tenni, hogy nemzetközi pesti kongresszus megszervezésével értékeinket az egész világ érdekeltsége 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 védjegyzőszálozás, 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 tűzette 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 jelölte meg. *Janssen* Lajos szabadalmi ügyvivő pénztárosi jelentése után még *Bernauer* Zsigmond, műgyememi 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 Artur*, *dr. Szalai Emil*, *dr. Szász János*, *dr. Sente Lajos* és *dr. Urbach Lajos*.

„*Ovosan-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. Jóhíszeműség.)
Érdemben 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 összbemutást 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 versenytársat, t. i. a felperesét szokták felismerni. Alperesnek azt a védekezését, hogy eljárásában jóhíszeműség 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 megállapíttatván, 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 meglevő 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 *egyész 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 valótlan adatokat tartalmazott és alkalmas volt arra, hogy a vevőközönseget a felperesi vállalat terjedelmé tekintetében megtéveszse. 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 tüntették 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 levélben előadott tényállítások valóságára vonatkozó alperesi előadást ugyanez 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 ténykedés, amelynek kétségtelen versenyző célzata, hogy a közönseget 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 közli*, 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 levelének azonnali hatállyal való abbahagyására kellett kötelezni. (Bpkam. 45481—1927.)

3. A versenytársi minőség elhallgatása. Nem vitás, hogy alperes, akinek lakása Csáky uca, kárpitos műhelye pedig Hársfa utcában van, a napilapok vasárnapi számaiban a következő tartalmú hirdetéseket tette közzé: „*Garnitúra vörös brokáttal visszament partie miatt eladó*“, majd: „*Garnitúra vörös brokáttal, szelton, matrac, gobelinszékék visszament partie miatt eladó*“, 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, mint hogy alperes beismerte, hogy *lakásán nincs feltüntetve 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 közönseget megtévesztésére és ezáltal alperes árúja kelendőségének fokozására, alkalmas volt, miért is őt ezen tevékenység abbanhagyására 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 lenyomataiban való elkészítést* és forgalomba hozatalát hirdette, holott erre felperestől engedélye nem volt. Az alperes továbbá a 80. sorozatú 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 tanulói és tanári kara 1926. jelzésű *csoportképet* is a felperes engedélye nélkül közölte, amiért is ennek az intézetnek igazgatója felperest az intézeti csoportképek ponyvaregényekben való közzététele miatt az intézetből kitiltotta.

A fenti tényállás folytán alperest a Vál. Bir. a fent körülírt ténykedésektől eltiltja, és őt bírság terhével azok abbanhagyására 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 fényképész *engedélyével* tehette. 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 kartonra figyelmes munkával és azokat darabonként 5000 koronáért árusítani fogja. Ez a magatartása az 1923. V. t. c. 30. §. 3. bekezdésének megfelelően elbírálható versenyvállalat kezdeményezését jelenti, mely abban állott, hogy a felperes által saját alapítókéjének, munkájának, üzleti berendezésének felhasználásával készült csoportfényképeket *minden rizikó 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 engedélye nélkül közzé és hozta forgalomba, amely az „*Országúti gyilkosság*“ ponyvaízü 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 ponyvaformában 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 tényálladékok fedti, annak abbanhagyására 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 abbanhagyása 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 összekötöttében álló valaki a kereskedő címére kiállít és amelyet egy harmadik egyének azzal a rendeltetéssel ad át, hogy az illető a levéllel az általa ajánlott kereskedő üzetébe 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 eszközölésére végezt. Az ilyen kereskedelmi értékkel való minden visszaélés ennél fogva kétségtelenül a tisztességtelen versenyről szóló 1923. V. t.-e. 1. §-ába ütközik és ilyképp tisztességtelen versenynek minősül az, ha egy másik kereskedő, akinek véletlenül a levél birtokosának tévedéséből a levél kerül, azt egyszerűen figyelembe nem veszi és a jelentkező vevőnek az árú 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 értéket, mely az ajánlólevélben rejlik, a maga részére használja fel és aknázza ki, amely cselekedete kétségtelenül a kereskedelmi tisztességbe és a jó erkölcsökbe ütközik. Ámde 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 kiszolgálni 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 fiút figyelmeztette arra, hogy a levél nem neki szól, hanem a szomszéd cégnek, vagyis a felperesnek és a fiú ennek dacára alperesnél akarta a feyvert venni, sőt egyenesen azt mondta, hogy a levél nem fontos és ő ott vesz, ahol akar, nyilvánvaló, hogy alperesnek a verseny tisztessége szempontjából nem lehetett tovább aggálya, hogy a fiút kiszolgálja-e vagy sem, hanem azt meglehetett anélkül, hogy ezzel a tisztességes versenyt sértő cselekményt követett volna el. (Bpkam. Vál. Bir. 22.682—1927.)

6. Az „ingyen“ szállításoknál az árú 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 feldicsérésről, még pedig annál kevésbé, mivel a körözvényekből kiveheti mindenki, hogy egy zsák szén ingyen felajánlása csakis mintaszákokra vonatkozik, amint a körözvényekben is ismételtelen 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 körözvényben, hol fekete, hol vörös betűkkel a közönség figyelemre 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

közzétéssék, 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 megítésvestő. A felek között nem vitás tényállás szerint alperes kereskedelmi vállalatának megjelölésére a „Budapesti Nagykereskedők Hitelező Központja“ elnevezést használja és vállalata úgy jött létre, hogy 14 budapesti kereskedő egy szervezetbe tömörülve, alperest bízták meg azzal, hogy alperes nekik hitelképes vásárlókat szerezzen, akiknek a kereskedők részletre kiszolgáltatják a kívánt árú; a vásárlás olyképp történik, hogy alperes a venni szándékozókna utalványt ad, amellyel azok az illető kereskedőnél vásárolnak, a vételári részleteket pedig egy bankba fizetik be és alperes állapítja meg havonként irodája után, hogy a befizetett összegből az egyes kereskedőket milyen összeg illeti meg a náluk vásárolt árúk vételári részlete fejében; a kereskedő által a vevővel kötött adásvételi ügyletből jog és kötelezettség, azonban kizárólag az eladó kereskedőt illeti, illetőleg terhelési és alperes a szervezethez tartozó kereskedőtől tevékenységéért csupán bizonyos jutalékban részesül. Egyetértettek a felek abban is, hogy a fenti szervezetben tömörült kereskedők szerződés alapján tagjai a szervezetnek és hogy alperes vállalata sem cégjegyzéve ninesen, sem közhatóságilag jóváhagyott alapszabályokkal nem rendelkezik. E tényállás alapján a felperes kérte alperest vállalata fentleirt megjelölésének abbanhagyására kötelezni, mert a kereskedők tömörülése nem egyéb alperes magánvállalatánál, alperes azoknak csak adminisztratív szerve, aki nem jogosult a „Nagykereskedők Hitelező Központja“ megjelölést használni vállalata megnevezésére, mivel a „Központ“ szó félhivatalos 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 megtévesztésére 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 valóságnak meg nem felel mert csupán 14 kereskedő tagja van az alperesi szervezetnek. A „Hitelező Központ“ kifejezés szintén nem talál, 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; ámde alperes vállalata sem cégjegyzéve ninesen, sem közhatóságilag elfogadott alapszabályokkal nem rendelkezik, mint ilyen tehát „Központ“ megjelölésre igényt nem tarthat és e megjelöléssel a vállalat minősége tekintetében a nagyközönség szemében megtévesztést 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 megtévesztőleg hat, mivel alperes vállalata a fent részletezett működési köre folytán nem tekinthető egyébnek, mint az alperes személyes vállalatának, amely semmiképp sem tarthat igényt arra, hogy közhatósági jellegű vállalat látszatát keltsen. Felperes keresete tehát mindenképpen 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 vállalati megjelölésének abbanhagyására. A vál. bírósági peres ügy egyezséggel befejeződött. (Bpkam. Vál. Bir. 30.026—1927.)

MÜLLER TESTVÉREK VEGYÉSZETI GVÁR R.-T. VI, LEHEL UCCA 27-29

✻ ✻
Szavatosságot
vállal az általa gyártott

ANTRACEN

író-, másoló- és színes tintáinak
elsőrendű minőségéért



**Minden üzletben
kaphatók!**



VILÁGHIRŰEK A
KLEIN-FÉLE:
ORIENT RÓZSA, KÁRPÁTI IBOLYA

ÉS A

SCHÖN-FÉLE:

„GIANT” SZAPPANOK

Kiváló az új típusú

„ODONTINE”

F O G P A S Z T A

HUNYADI JÁNOS

Világhírű természetes keserűvíz!

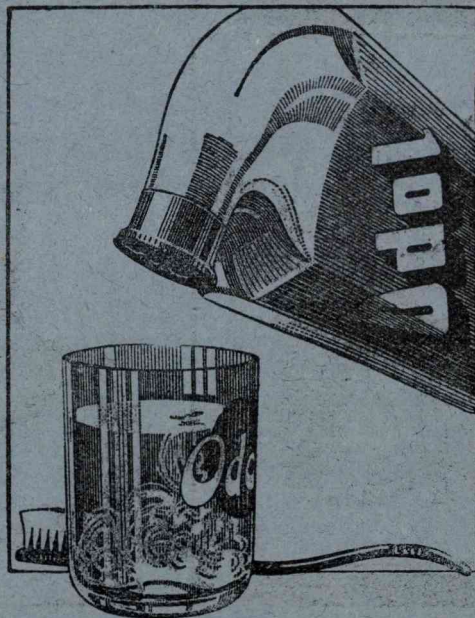
A világ orvosi tekintélyei által ajánlva. Több mint 60

éve egyenlő összetételben kerül a világ minden részében forgalomba. Kiváló gyógyhatású a végbél fájdalmas betegségeinél, székrekedésnél, aranyeres bántalmaknál, vérkeringési zavaroknál, érlelmeszesedésnél. Vértóbulás, rheuma, köszvény ellen. A gyomor-, bél-, máj- és epckó-betegségeknél. Elő- és utókezelésre a marienbadi vagy karlsbadi kúránál. Emésztési zavarokat és étvágytalanságot rövidesen helyrehozza.



Rendes adag: reggel éhgyomorrra egy pohárral tele, lehetőleg langyosan

Tulajdonos: Saxlehner András, Budapest



Az egész világ szájvíve

Odol-Compagnie A. G.

VEZERKÉPVISELETE

BUDAPEST, IV. MUZEUM-KÖRUT 31.



VI. MOZSÁR UTCA 9.

Stollwerck Testvérek Rt.

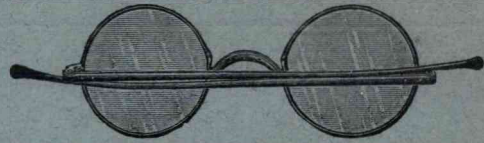
- CSOKOLÁDÉ •
- BONBON •
- KARAMELLA •

Calderoni és Társa

Budapest, V, Vörösmarty tér 1 (Haas palota)

Látcsövek, lorgnettek, szemüvegek és orrcsüptők a legfinomabb kivitelben. Zeiss, Punktal- és Ultrasin-üvegek
Fényképzési cikkek

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



Salicylsav-Chinoín

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

**TÖRLEY
PEZSGŐ**



Meinl-kávè

Mauls



**Dreher
Csokoládè**



DIANA SÓSBORSZESZ

A Nektár gyógytápsör

alkoholtartalomban szegény, de extractban annál dúsabb. Üdít, 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 ☉☉