

A karteltörvény és a márkás cikkek. Az árvédelem ügyét a karteltörvény, illetve egy legutóbb a karteltörvény életbelépése óta hozott választott bírósági ítélet, az eddigi rendes és választott bírósági gyakorlattal és azt követőleg hozott újabb választott bírósági ítélettel ellentétben, az árvédelemre vonatkozólag a gyáros és kereskedők között létrejött szerződéseket a karteltörvény hatálya alá tartozó megállapodásoknak minősítette.

E kérdés nagy gyakorlati jelentőségénél fogva nem csupán a törvényt magyarázat és illetve az ennek alapján hozott bírói ítélet helyes vagy helytelen voltánál, — tehát elméleti szempontból bír érdekességgel, hanem súlyosan érinti a márkás árut gyártó, illetve forgalomba hozó gazdasági köröket és emellett a védjegyben rejlő kizárólagos használati jogot, az ezzel kapcsolatos gazdasági értékeket támadja meg.

Az árvédelem tehát kinőtt kereteiből, — gazdasági tényező lett. A szakirodalomban, de immár általánosan a *bírói ítéletekben* is útát tör az a felismerés, hogy az árrontó az üzleti tisztesség alapján álló, kötelezettségeit pontosan betartó kereskedő és iparos körök becsületére alapítja a maga erkölcstelen üzletpolitikáját: az árrombolást. A márkacikkek áron alul való eladását a bíróság az üzleti szokások tisztaságában el nem fogadott olyan feltűnő reklámeszköznek látja, amely csábító erejét az árrontást, nem úgy mint a szabad forgalomban lévő áruk versenyénél, — a versenytárs saját vagyonának felhasználásából, hanem a márkatulajdonosok kimutatható vagyoni értékének egyenes megsemmisítéséből meríti.

Valamennyi ítélet megállapítja, hogy az árvédelem a gyárosnak és kereskedőnek egyaránt igen fontos gazdasági érdeke, kereskedelmi vagyonállagának mellőzhetetlen tartalma. Erkölcstelen tehát a versenyképességnek szerződszegés áron történő fokozása még az esetben is, ha az miként arra még reámutatunk, a szerződésű versenytárssal szemben közvetve történt.

Az árvédelem lényege: hogy az azonos minőségben, csomagolásban és áron forgalomba hozott és védjeggyel, avagy közismerten egy bizonyos meghatározott vállalatra utaló névvel, ábrával vagy azok kombinációjával forgalomba kerülő áruk, az úgynevezett *márka-cikkek* (amennyiben azok előállítója igazolja, hogy a gyári vállalatából kikerülő ily áruk a lehetőség szerint csak oly kezékbe kerülhetnek, akik kötelezettséget vállalnak arra, hogy az ily márkacikkeknek a gyáros által megállapított továbbadási árát szigorúan, pontosan betartják) — a versenytörvény

erkölcsi rendelkezései értelmezése szerint *árvédelemben* részesülnek. Az ily árunak ára ugyanis nem pusztán közgazdasági értékelés, hanem egy meghatározott személynek, a márkatulajdonosnak vagyoni java, oly üzleti érték, amelynek a tisztességtelen eljárások elleni védelmét éppen a versenytörvény, az 1923: V. t.-c. célozza.

A választott bírósági ítéletek szerint tehát a márkacikkek előállítója az áru árát annak lényeges tulajdonságává, egyúttal *a saját vagyonának alkatrészévé teszi* azáltal, hogy azt nemcsak előre meghatározza és állandóan fentartja, hanem megtartását nagy áldozatokkal járó jogi szervezettel és anyagi eszközökkel biztosítja. A márkacikk egységes ára *az árunak jellegzetességévé vált*. Önmagában is alkalmas minden viszonteladó lekötésére akkor is, ha a viszonteladó reverzális aláírásával nem is kötötte le magát — az ár feltétlen betartására. A márkacikk árvédelme tehát nem csupán a kötött megállapodásokon, hanem közismerten többek által hozott határozaton alapszik.

Ime, a versenyjog, nemkülönben a figyelmen kívül nem hagyható fontos gazdasági szempontok is amellett szólnak, hogy a kartell törvénynek „*komoly*” vonatkozása a *márcikk*ek árvédelmi rendszeréhez nincsen. Itt nem a szakma összes, vagy túlsúlyt jelentő tagja áll egymással üzleti összeköttetésben, hanem minden gyáros külön-külön, egyedül, önmagában, a versenytárs árpolitikájának gondos mérlegelésével, tehát nem valamely szükségleti cikk egyetemére, hanem csupán az egymással *a legélesebb versenyben álló* vállalatok egyes áruira vonatkozólag ejti meg kalkulációját, anélkül, hogy az egyes márcikkek szabad versenyét bármilyen irányban is megkötné, illetve annak megkötésére törekedné. Hol fedezhető itt fel a versenyben álló gazdasági egyedeknek a verseny szabadságának korlátozására irányuló törekvése, a fogyasztó megkárosítása, amidőn egyfelől a szükségleti cikkek ily védelmét a bírói gyakorlat kizárja az oltalmi körből, másfelől pedig a fogyasztónak módjában áll a márcikkek magas ára ellen védekeznie és pedig olyképen, hogy más hasonló gazdasági célt szolgáló olcsóbb márcikket, avagy nem védjegyes árut vásárol?!?

De a versenyjogon és a fent vázolt gazdasági érdekeken felül az abszolút hatályú védjegyjog is tiltakozik a kartell törvény alapján történő beavatkozás ellen.

Az áruk megkülönböztetésére alkalmas minden eszköz között a legnagyobb jelentőségre a védjegy tett szert. Olyan javakat van hivatva védeni, amelyeket az illető egyén (vállalat, termelő, az iparos, a kereskedő) maga teremtett és amelyek különben az ő munkája és tevékenysége nélkül nem, vagy legalább úgy amint léteznek, nem léteztek volna.

A védjegyes, a zárt dobozokban forgalomba kerülő áru kiemel egyes árukat, amelyek nagyobbbrészt kimérve is vásárolhatók, de amelyeket a vevő szívesebben vesz ízlésos csomagolásban, mivel az áru súlya, ára, tisztasága, ugyanazonos minősége, specialitása iránt nagyobb bizalommal viseltetik — illetve a védjegy, a védjegyes ábra alatt *speciális árut* keres.

A szabad kéz politikája a védjegyes áruknál, miként fentebb igazoltuk a legteljesebb mérvben érvényesülhet és pedig a viszonteladó és közönségnél egyaránt.

A márkás áruk legnagyobb propaganda ereje a jó hírneve, a vevő bizalma a márkás áru állandó minőségében. A márkás áru tulajdonosának tehát fel nem becsülhető erkölcsi érdeke fűződik ahhoz, hogy a korlátlanul szabad verseny tárgyát képező, a szabad versenyben kialakult márkacikkének árát valamennyi vevőjével szemben kötelezővé tegye.

Ezt a felbecsülhetetlen erkölcsi értéket védi a *védjegy*, az áru felismerésében a vevőt támogató *csomagolás* és az *áru fix ára* egyaránt — és *biztosítja* a közönség bizalmát, hűségét, a márkás áru presztizsét. Oly célokat szolgál, amelyek a védjegyjogban gyökereznek, amely jogok hatályos biztosítása nélkül a maga teljességében immár kibontakozó és a szabad verseny levegőjében fejlődő, erősödő védjegy-jogot megállásra ítéljük.

A márkás áru tehát, amely nem közszükségleti cikk, amely a közgazdaság, vagy közjó érdekeit nem veszélyezteteti (Karteltörvény 6. §.) a kartelek árszabályozásával közvetlen vonatkozásba, összefüvésbe nem hozható. Itt *nem a verseny kizárása*, nem a *magasabb ár elérése* az öncél, hanem a márkacikk ugyanazonosságának, változatlan minőségének, vagyis *állandó jellegének* a megóvása. Ezzel a fix árral kívánja a versenyvállalat az áru változatlan minőségét, állandó jellegét megóvni és pedig függetlenül attól, hogy vajjon az ár megállapításából a viszonteladó több, vagy kevesebb hasznot húz-e.

Az előadottak alapján nem is kívánok azoknak a kérdéseknek a fejtegetésébe bocsátkozni, hogy vajjon a karteltörvény megalkotásánál a törvényhozó szándéka miféle megállapodások letételét tarthatta szükségesnek és lehetségesnek, továbbá, hogy miféle alakulatoknál szükséges az állandó kartelképviselő kiirendelése, végül, hogy milyen alakulat produkál olyan „védett forgalmat“, amely kartel-illeték alá vonható. E kérdésekre a választ megadják *Dr. Ranschburg Nándor*: „A karteltörvény alá tartoznak-e a márkás cikkek árvédő megállapodásai“ és *Dr. Fazekas Osz-*

kár: „A márkacikk árvédelme és a karteljogi kifogás” című tanulmányai. Utalok továbbá az Iparjogvédelmi Egyesületnek e tárgyban tartott vitaülésén elhangzott felszólalásokra (*Dr. Beck Salamon, Dr. Szente Lajos, Dr. Kartsoke Alajos*).

A magam részéről csupán ama meggyőződésemnek akarok kifejezést adni, hogy fölösleges rendeletek kiadásával a közszükségleti cikkekre nem vonatkozó, a közjó érdekeit nem veszélyeztető márkás cikkek árvédő megállapításainak a karteltörvény alá vonásával a *védjegy jog egészséges és mind erőteljesebb fejlődését akadályozzuk meg* anélkül, hogy e kormánybeavatkozással a köz érdekeinek szolgálatot tennénk.

A kérdés egyedüli helyes megoldása a karteltörvény gyakorlatias magyarázata, szem előtt tartva, hogy a törvény nem tartalmaz oly rendelkezéseket, amely a márkás cikkek árvédelmi rendszerének bejelentését előírná.

A márkacikkeknél a legnyitabb, a legerőteljesebb versenyküzdellemmel állunk szemben és így külön rendelkezések felvétele, reverzálisok bemutatása, letétele stb., stb. nélkül is közérdekből a kormánynak módja van a nyílt kártyákba betekinteni, beavatkozni, anélkül, hogy a márkacikkek árvédelmét, ezt a gyáros, a kereskedő és a fogyasztó érdekeit egyaránt szolgáló kitünő, bevált, egészségesen fejlődő, a védjegyjogban gyökerező és erősödő gazdasági munkát kifejlődésében gátolná — illetve indokolatlanul megnehezítené.

Dr. Bányász Jenő.

A K. T. 326. §-hoz. Az 1931. óta fennálló devizazárlat folytán a magyar bíróságok elé ismét és nagyobb számban kerülnek azok az esetek, amelyekben lerovóul akár effectív klauzulával, akár anélkül, külföldi pénz van kikötve. A bírói gyakorlatot tudvalevőleg 1920. óta foglalkoztatják e kérdések; 1920—1927-ig a koronaromlás volt oka s ehhez képest a felmerülő kérdés rendszerint az volt, hogy az adós mikor köteles effectív valutát és mikor és milyen kurzuson számított ellenértéket köteles fizetni; mennyiben bír befolyással a teljesítési hely a fizetendő pénznemre s adósnak elismert helyettesítési jogosultsága szempontjából, amellyel a K. T. 326. §-a értelmében belföldi pénznemben is fizethet, a lejárat vagy a fizetésnapja szerinti konverzió kötelező-e?

E kérdések — legalább is elméleti alapjaikban — ma már tisztázottak s elég legyen e helyütt hivatkoznunk a magyar Bátor Victor: Pénztartozás című művére Grosschmid Béni „Feje-