



Erscheint wöchentl. — Abonnementspr. pro Quart. 2 Mk. — Oesterr. Währ. fl. 1.20. — Inserate die 5 gespalt. Petitzeile oder deren Raum 25 Pf., bei Wiederholungen 2—8 Mal 10 ^o/_o, 4—8 Mal 20 ^o/_o, 9—26 Mal 33 ¹/₂ ^o/_o, 27—52 Mal 50 ^o/_o Rabatt. — Arbeitsmarkt pro Zeile 20 Pf.

LEIPZIG,
den 1. Februar 1879.

Alle Buchhandlungen und Postämter nehmen Bestellungen an.
Verlag u. Expedition: Herm. Schlag, Leipzig.
Verantwortlicher Redakteur: Jos. Jacobovits.

Inhalt:

Die Ausstellung in Sydney. — Glashütter Musterwerkstätten. — Ueber den erforderlichen Wärmegrad im Arbeitslokal. — Ueber die verschiedenen Konstruktionen des Graham-Ankers für Gangräder mit 30 Zähnen. — Verschiedenes. — Sprechsaal. — Englische Ausgabe von Saunier. — Frage- und Antwortkasten. — Briefkasten. — Anzeigen.

Die Ausstellung in Sydney.

Den in letzter Nummer an dieser Stelle gebrachten Aufruf zur Beschickung der Ausstellung in Sydney empfehlen wir umso mehr der geneigten Aufmerksamkeit unserer vaterländischen Uhrenfabrikanten, als die Ueberproduktion sich bereits mit ihren üblen Folgen in erschreckender Weise bemerkbar macht. Wir müssen gestehen, dass es nach jeder Richtung hin erfreulich ist, wenn die Fabrikation speciell auf unserem Gebiete soviel als möglich Ausdehnung gewinnt. Doch müssen wir zu gleicher Zeit hervorheben, dass die Produktion allein durchaus keinen günstigen Erfolg erhoffen lässt, wenn die Herren Fabrikanten nicht bei Zeiten dafür besorgt sind, für ihre Erzeugnisse eine gesunde Absatzquelle zu schaffen.

Unter den obwaltenden Verhältnissen wäre es sogar wünschenswerth und haben wir diesem Wunsche bei jeder passenden Veranlassung Ausdruck gegeben, dass die Herren Fabrikanten mehr auf Qualität als auf Quantität Gewicht legen mögen. Sollte sich jedoch eine ergiebige Absatzquelle auffinden lassen, so ist Nichts natürlicher als dass die Fabrikation auch in quantitativer Hinsicht einen bedeutenden Aufschwung nehmen würde.

Wer aus den allgemeinen Erfahrungen keine gesunden Lehren zu ziehen weiss, der wird auch niemals mit dem Zeitgeiste vorwärts schreiten und sehr häufig von unangenehmen Erfahrungen auf seine eigenen Kosten überrascht werden. Die jüngste Vergangenheit hat uns gezeigt, dass die amerikanische Uhrenindustrie keinen besseren Förderer aufzuweisen hat, als die Schweizer Schundwaarenfabrikation*). Gewiss wird es Niemanden einfallen zu behaupten, diese Uhren, welche in Massen exportirt wurden und mit welchen auch Deutschland reichlich bedacht wurde, seien etwa zu theuer gewesen; wurden

*) Wir wollen hiermit denjenigen ehrenwerthen Herren Schweizer Fabrikanten, welche stets auf Solidität und reelle Waare gehalten haben, durchaus keinen Vorwurf machen; haben doch dieselben ebensoviel durch die Ueberhandnahme der sogen. Winkelfabrikanten zu leiden gehabt.

und werden diese unqualifizirbaren Uhren auch heute noch zu allen Preisen ausbezogen. Doch entsprachen dieselben selbst den Anforderungen nicht, welche man bei den niedrigen Preisen an eine Uhr zu stellen berechtigt ist. Daher es den Amerikanern leicht gemacht wurde, bei nur einigermaßen solider Waaren die Schweizer Uhren vom Markte zu verdrängen.

Die Amerikaner haben sich jedoch nicht damit begnügt, einen halben Erfolg zu erzielen und bei jeder eventuellen Gegenaktion der Schweizer den Fortbestand ihrer Industrie in Frage stellen zu lassen. Sie haben sich, in richtiger Erkenntniss der gebotenen Gelegenheit, ihren Erzeugnissen eine solche Ausstattung und Vollendung zu geben bemüht, dass sie nicht nur den lokalen Ansprüchen, sondern auch den allgemeinen Anforderungen des Zeitgeistes vollkommen entsprechen können. Wären sie auf halbem Wege stehen geblieben, oder hätten sie sich darauf beschränkt, den Schweizern in Bezug auf Billigkeit und niedriger Qualität der Waaren Konkurrenz zu machen, wahrlich die amerikanische Uhrenindustrie hätte sich niemals zu der Bedeutung emporgeschwungen, welche sie gegenwärtig einnimmt. Dass die Amerikaner mit ihrem praktischen Sinn auch in Bezug auf den Konsum nicht auf halbem Wege stehen bleiben und sich einzig und allein auf den heimischen Markt beschränken, das beweist uns schon der Umstand, dass sie es vorzüglich verstanden haben, selbst in unserem Vaterlande so viel Redens von sich zu machen, dass man faktisch der amerikanischen Uhrenindustrie eine weit grössere Bedeutung beilegte, als sie in Wirklichkeit beanspruchen kann. Doch dieses Aufsehen, welches die Sache erregte, war ein Mittel, das die Amerikaner mit einer gewissen Virtuosität zu handhaben wissen, es ist die Reklame um jeden Preis, die wol dem Einzelnen übel genommen werden kann; wenn sie jedoch von einer allgemeinen Industrie, welche noch überdies das Verdienst der Solidität für sich hat, dann ist sie nicht nur verzeihlich, sondern auch lobenswerth. Der Zeitpunkt ist eben vorüber, wo der Produzent ruhig abwarten konnte, bis der Konsument, welcher auf ihn angewiesen war, ihn aufsuchte. Heute muss der Produzent den Konsumenten aufsuchen; auf