

Allgemeines Journal der Uhrmacherkunst.

Organ des Central-Verbandes der Deutschen Uhrmacher.

Nr. 20.

Halle, den 15. Oktober 1908.

33. Jahrgang.

Inhalt: Central-Verband. — Bleibe höflich gegen Auskunft Wünschende. — Wirkungen einer Uebertenerung. — Brief aus Brasilien. — Die Stilunter-
scheidung an Uhren (Fortsetzung). — Die „Automaten“ des Herrn von Kempelen. — Die Elektrizität als Antriebskraft für Zeitmessinstrumente (Fort-
setzung). — Der Uhrmacher als Optiker. — Moderne Preisbücher. — Allgemeine Uhrmacherversammlung in Dresden. — Aus der Werkstatt. — Innungs-
und Vereinsnachrichten. — Verschiedenes. — Konkursnachrichten. — Vom Büchertisch. — Patentbericht. — Frage- und Antwortkasten.

Central-Verband.

Wiederum gingen uns, leider auch verspätet, zwei Mitteilungen über stattgefundene Jubiläen zu. Am **3. Oktober** feierte der Kollege **Alfred Kiessling** in **Löbau** das **25jährige Geschäftsjubiläum**, und am **6. Oktober** hatte der Kollege **Albert Klimek** in **Zittau**, der Obermeister der Innung Zittau-Löbau, Gelegenheit, das **gleiche Jubiläum** begehen zu können. Beiden Kollegen, die sich allgemeiner Achtung erfreuen, wird es bei den festlichen Tagen an Gratulationen und Aufmerksamkeiten gewiss nicht gemangelt haben. Wir können uns nur noch nachträglich den Gratulationen und Glückwünschen anschliessen und tun es freudig und aus vollstem Herzen.

Entgegen den Gesetzen der Natur, die nur den Frühling bestimmt, Blüten zu treiben, steht die Reklame. Wenn diese auch jahrein, jahraus Blüten der verschiedensten Art hervorbringt, so ist der Herbst, wo sich die Natur zum Winterschlaf anschickt, gerade die Zeit, in der die Reklame die meisten und wunderlichsten Blüten treibt. Pröbchen davon gehen uns fast jede Woche zu, und wenn man eine Auslese hält, so ist die Nomos-Gesellschaft in Glashütte am meisten vertreten. Die Uhrmacher sind natürlich über diese Reklame, die sie als unlauter bezeichnen, entrüstet, und das nicht mit Unrecht. Solange die Uhrmacher und alle mit der Uhrenbranche in Verbindung stehende Leute zurückdenken können, ist in der Branche eine Reklame in dieser anmassenden Art noch nicht dagewesen. Der Sitz einer Präzisions-Uhrenindustrie, Glashütte in Sachsen, wird extra ausgesucht zum Zweck der Reklame. Man versendet Schweizer Uhren aus Glashütte, und lässt das Publikum im unklaren über den Ursprungsort der Erzeugnisse. Wie man ein derartiges Gebahren im Volkston nennt, braucht nicht niedergeschrieben zu werden. Jedenfalls ist das Verlangen, diesem Treiben einen Damm zu setzen, mehr als berechtigt, doch ist die Frage über das „Wie“ leider noch nicht beantwortet. Beratungen haben stattgefunden, und Vorschläge der verschiedensten Art sind gemacht worden, aber zu einem befriedigenden Ergebnis ist es noch nicht gekommen. Das Gesetz scheint in diesem Falle auch zu versagen, wenigstens hat man bis heute noch nichts über die in dieser Sache schwebenden Prozesse gehört. Alle sonstigen gemachten Vorschläge haben nicht die Zustimmung der Allgemeinheit erhalten. Es ist auch ungemein schwer, das Rechte zu treffen. Viele Kollegen glauben, dass sich die ganze Sache von selbst überlebt, und raten von allen Gegenmitteln ab. Andere sind wieder gegenteiliger Meinung und glauben, durch Zeitungsartikel oder Flugblätter dem Unfug steuern zu können. Jedenfalls soll man die Benutzung der Tagespresse vermeiden, denn erstens ist das eine sehr kostspielige Sache, und zweitens macht man, unserer unmassgeblichen Meinung nach, nur noch mehr Reklame für die Sache.

Ein weiterer Vorschlag, Flugblätter anzufertigen, ist ebenfalls nicht nach allgemeinem Wunsch, und zwar wird hier auch wieder angeführt, dass man nur Reklame für die Sache macht. Man wird sich erinnern, dass wir von Anfang an gewarnt haben, noch weitere Reklame für die Gesellschaft zu machen. Wir haben den Vorschlag gemacht, für persönliche Aufklärung zu sorgen, und können denselben nur wiederholen. Der Brief des Herrn Bürgermeister Friedrich in Glashütte, den wir in der Nr. 5 dieses Jahrganges zum Abdruck brachten, kann dabei als ein wirksames Beweismittel dienen.

Zeitungsartikel und Flugblätter, besonders wenn solche etwas lang sind, bewirken, dass sie entweder nur halb gelesen werden und dadurch erst recht Verwirrung schaffen, oder die Neugierde nach einer solchen Uhr erst wachrufen. Wir sind der Meinung, dass man, an der Hand des Briefes vom Herrn Bürgermeister Friedrich in Glashütte, durch persönliche Aufklärung das meiste erreichen kann. Trotz der Kürze des Briefes spricht derselbe doch ganze Bände. Wer den Brief liest, ist über alles unterrichtet, deshalb kann man denselben an Stelle eines Flugblattes auch im Schaufenster aufhängen. Ferner mag man ein Exemplar, der Briefkopie, auf Pappe gezogen, immer zur Hand bereit haben, um solches den Kunden vorzuführen. Schliesslich kann auch ein Exemplar, nach Art eines Plakates, im Laden aufgehängt sein, damit es jeder, der nicht direkt danach fragt, lesen kann. Wir sind fest überzeugt, dass diese von uns vorgeschlagene Art der Bekämpfung, trotz ihrer Einfachheit, die wirksamste sein wird.

Durch den Verlag des Organs ist der Brief des Herrn Bürgermeister Friedrich, dieses wichtige und wertvolle Dokument, genau nach dem Original vervielfältigt worden, und kann durch die Expedition kostenlos bezogen werden. Der Portosparnis halber ersuchen wir die angeschlossenen Vereinigungen bzw. deren Vorstände, diese Nachdrucke gemeinsam zu bestellen und zu beziehen. Wir hoffen, dass man ausgiebigsten Gebrauch hiervon macht.

Mit kollegialischem Gruss

Der Vorstand des Central-Verbandes der Deutschen Uhrmacher.

Vorsitzender: Rob. Freygang.