

durch sogen. Lockvögel und dergl. so lange zu Schleuderpreisen, welche er in seinen Reklamen keineswegs verschweigt, aber ohne irgendwelche unrichtige Angaben zu machen, bis er die geschäftliche Existenz des kleinen Geschäftstreibenden entweder ganz vernichtet oder doch die Konkurrenten völlig aus dem Felde geschlagen hat. Eine solche Handlungsweise kann dann unter das Wettbewerbsgesetz fallen (§ 1), wenn diese Art keine berechtigten Geschäftsinteressen, sondern lediglich aus Feindschaft oder sonstigen, nach der Anschauung aller rechtlich und billig Denkenden wider die guten Sitten verstossenden Gründen den Zweck verfolgt, die kleinen Geschäftstreibenden zugrunde zu richten.

Ein ideales Zukunftsbild, das Finger damit vor unseren Augen aufrollt. Nur wird hiermit, fürchte ich, dem Geschäftsmann vorläufig im Kampfe gegen die gemeine Konkurrenz keine geschliffene Waffe in die Hand gegeben. Denn wie selten ist dem Konkurrenten der Zweck seiner Handlungsweise bis ins Detail nachzuweisen, und wie selten wird der Konkurrent bei dem erbitterten Kampfe um die Existenz aus anderen als aus Geschäftsinteressen gehandelt haben, die der Richter dann wohl überwiegend als berechtigt wird anerkennen müssen.

Auch dem neuen Gesetz gegenüber ist bei alledem aber daran festzuhalten, dass durch das Gesetz der redliche Wettbewerber in keiner Weise eingeschränkt und insbesondere auch nicht im Gebrauche kräftiger Ausdrücke behindert sein soll, um dadurch Kunden anzulocken.

Schliesslich sei noch hervorgehoben, dass das Gesetz das Zugabe- und Rabattwesen ausdrücklich nicht geregelt hat, so dass hierfür keine besonderen Grundsätze gelten. Beispiele für diese Reklame bilden nach Finger die Fälle, dass unter einer bestimmten Anzahl von Paketen oder Waren ein Geldstück verborgen ist, dass allen Kunden eines bestimmten Tages nach Entscheidung durch das Los der Kaufpreis zurückgezahlt wird, dass man bei Lösung eines Rätsels ein Geschenk erhält.

Sprechsaal.

In dieser Rubrik räumen wir unsern geehrten Lesern das Recht der freien Meinungsäusserung ein. Die Redaktion enthält sich jeder Beeinflussung. Dadurch, dass entgegengesetzte Meinungen zur Aussprache kommen, kann am leichtesten eine Verständigung herbeigeführt werden. — Wir bitten im Interesse der Allgemeinheit, recht regen Gebrauch von der Einrichtung des Sprechsaales zu machen.

Eine Frage, die angeschnitten werden muss. Eine solche ist es sicher, und wenn sie noch nicht brennend ist, kann sie es doch werden, aber eine Antwort darauf ist durchaus nicht leicht. Sie lässt sich von verschiedenen Standpunkten aus beantworten.

1. Wenn eine Firma in ihren Inseraten verkündet: „Lieferung nur an Uhrmacher“, dann ist sie auch willens, und wird es auch anstandshalber immer so halten.

Sie erhält eine Bestellung aus einem Ort, wo eine Zwangsinnung besteht. Der betreffende Besteller ist Mitglied derselben, ohne gelernter Uhrmacher oder Inhaber eines offenen Geschäfts zu sein. Im Jahrbuch des Zentralverbandes ist er auch als Mitglied angeführt. Da kann wohl kaum der Engrosfirma, falls sie die Bestellung ausführt, ein Vorwurf gemacht werden.

Wünscht aber derjenige Teil der Innungsmitglieder, welcher aus Fachleuten besteht, keine Lieferung an jenes Mitglied, dann reklamiert er behufs Einstellung derselben bei der betreffenden Firma.

Mutmasslich wird das Engroshaus der Reklamation entsprechen. Jedoch was wird daraus folgen: Erbitterung und Zwispalt im Gegensatz zur Einigkeit. Das braucht wohl kaum näher detailliert zu werden.

2. Ist der Besteller an einem Ort ansässig, an welchem eine freie Vereinigung oder eine freie Innung besteht, wird er derselben kaum angehören. Aber er nicht allein steht da abseits, sondern auch ein guter Teil wirklicher Kollegen, die teils aus Missverständnis oder Missstimmung jeder Vereinigung fernstehen. — In diesem Falle lässt sich eine Liste „ordentlicher“ Abnehmer ebenfalls schwer anlegen.

3. Zum dritten käme noch in Betracht, wie es an Orten aussieht, an denen überhaupt keine Vereinigung besteht. Die Antwort hierauf ergibt sich aus den vorhin angeführten Beispielen zur Genüge. Denn an solchen Orten gehen leider Gottes die Kollegen nicht einmal in viel grösseren Fragen in Einmütigkeit vor. Wenige, oder keine sind es, die dort den Wert und den Sinn des Wortes „kollegial“ kennen und dementsprechend handeln.

Zusammengefasst ist also Ihre Frage, werter Herr Kollege, zurzeit noch nicht endgültig zu beantworten. Vielleicht löst sie die Zukunft, wenn die Uhrmacher in sich einig sind, oder sie löst sie nicht, wenn die Einigkeit nicht eine vollständige wird. Hoffen wir dies bei unserem Nachwuchs, und erziehen wir diesen demgemäss. Heute ist die Frage noch nicht lösbar, wie auch noch viele andere brennendere Fragen bis dahin ihrer Lösung harren müssen.

H. H.

Was dem einen recht, ist dem andern billig. Seitdem auf dem Münchener Verbandstag zwischen Grossistenverband und den Uhrmacherverbänden dahingehende Abmachungen getroffen wurden, erscheint von Zeit zu Zeit in den Fachzeitungen die Mitgliederliste des Grossistenverbandes, und es wurde stets mit Recht darauf hingewiesen, dass es Pflicht jedes Kollegen sei, in erster Linie die Mitglieder des Grossistenverbandes, die sich zur Unterlassung des Detaillierens verpflichteten, mit ihren Aufträgen zu bedenken. Dass es nicht immer möglich ist, wird gewiss auch jeder einsichtsvolle Grossist zugeben.

Demgegenüber dürfte aber wohl auch zu erwarten sein, dass sich die Herren Grossisten mit ihren Inseraten mehr als bisher auch unseres Journals bedienen! Natürlich spreche ich hier nicht von solchen Grossisten, die sich des Inserierens völlig enthalten. Aber von den Grossisten, deren Anzeigen jeweils oder ständig und zum Teil in sehr grossem Umfange in den anderen Fachzeitungen erscheinen, können wir unbedingt verlangen, dass sie auch unser Verbandsorgan mit ihren Aufträgen bedenken, und um das wenigstens einigermaßen zu erreichen, gibt es meines Erachtens ein höchst einfaches und gutes Mittel: sobald ein Grossist, von dem man weiss, dass er im Journal nicht inseriert resp. dessen Vertreter das Geschäft betritt, um seine Aufträge einzuheimsen, sollte ihm von jedem Verbandsmitglied etwa gesagt werden: „Zwar habe ich momentan keinen Bedarf, weiss aber auch nicht, ob ich Ihnen im Bedarfsfalle etwas bestellen würde, da ich beständig Ihre Inserate in unserem Verbandsorgan, dem „Allgemeinen Journal der Uhrmacherskunst“, vermissen muss.“ — Wer wollte behaupten, dass das nicht zöge?! Und kein Kollege könnte sich irgendwelcher Gefahr aussetzen.

Verbandskollegen! Bedenke doch jeder, dass das Verbandsorgan zur Hälfte unsere Milchkuh ist, unser Huhn, das uns die Eier legt, — dass der Nutzen, der daraus fliesst, zur Hälfte uns zugute kommt, — dass neben der neuerdings vorzüglichen Redaktion in erster Linie die Inserate es sind, die das Organ heben und dessen Erträgnisse wesentlich steigern, und dass es gerade in der gegenwärtigen Zeit auch Ehrenpflicht eines jeden Mitgliedes ist, nicht allein unser Verbandsorgan zu halten, zu lesen und es im Arbeitsmarkt zu berücksichtigen (der ja unentgeltlich ist), sondern auch, wenn irgend möglich, sich als Mitarbeiter daran zu beteiligen! — Nur dann wird sich unsere ganze Kraft richtig fühlbar machen, wenn wir wie ein Mann zusammenstehen!

Otto Kissling, Stuttgart.

Ein eigenartiger Rechtsbegriff, der manchen Kollegen interessieren wird und dessen Wissen vor Schaden behüten soll, ist folgender: Der Vertreter einer Berliner Fussbodenölfirma stellt sich unter adligem Namen vor und preist unter praktischer Anwendung sein unübertroffenes Fussbodenöl an, und ich bestelle eine 10 Liter-Kanne. Er verspricht mir, die Firma würde das Öl bei etwaiger Nichtbrauchbarkeit unfrankiert wieder zurücknehmen und mir nur eventuell verbrauchtes in Anrechnung bringen. Nach 3 Tagen läuft eine Postkarte bei mir ein mit dem Vermerk: „Bestätige dankend den gemachten Auftrag; Sendung folgt.“ — Das Öl kommt, ist aber für Ladenzwecke absolut unbrauchbar, weil es übel nach Petroleum riecht. Ich sende das Öl darauf franko wieder zurück, bezugnehmend auf unsere mündlichen Vereinbarungen. Nun schreibt mir die Firma: „sie könne sich darauf