

mit ihren unverlangten Waren überschütten. Er führt verschiedene Beispiele an. Eine Gesellschaft versendet Ketten und verspricht bei Abnahme von 25 Stück eine angeblich rein goldene Kette gratis. Eine andere Firma versendet Schwarzwälder Uhren und sucht durch ähnliche Versprechungen zum Vertrieb zu animieren. Reagiert man auf die Zusendungen nicht, so kommt in kurzer ein Schreiben, in dem es heisst: Wir dürfen Sie wohl zu unseren Kunden rechnen usw. Erfolgt auch darauf eine Antwort nicht, so kommt ein zweites Schreiben des Inhalts: Wir haben dankend davon Vermerk genommen, dass Sie unsere Sendung käuflich übernommen haben und bitten um Einsendung des Kaufbetrages, andernfalls werden wir uns gestatten, den Betrag in 8 Tagen durch Nachnahme zu erheben. Nun meinen viele Leute, sie hätten die Sendung zurückschicken müssen (z. B. die Uhren nach dem Schwarzwald, was ihnen neben der Belästigung auch noch 1 Mk. und mehr Portokosten verursacht hätte), sie liessen sich durch den sicheren Ton der Schreiben einschüchtern und bezahlten. Wenn sie aber auch die Nachnahme verweigern, dann hätten sie schliesslich noch eine Klage zu gewärtigen. Ein Amtsgericht hatte über Klagen gegen einige zwanzig Personen zu entscheiden. Es wies die Klagen zurück, und die Sachen wurden dann abgeholt. Er, Redner, habe in den letzten 3 Monaten vier oder fünf Sendungen (Goldwaren, Uhren usw.) erhalten. Herr Thomschke-Königswartha erklärt, er habe solche Zusendungen massenhaft erhalten und könnte Wäschekörbe damit füllen; er habe aber auf keine einzige Sendung reagiert. Natürlich erhalte er dann Zuschriften, die immer dringlicher werden. Werde es ihm zu arg, so schreibe er: Ich verbitte mir Ihre Zuschriften, sonst werde ich Sie wegen Nötigung verklagen. Werden die Waren wieder abgeholt, dann liefere er sie nur gegen Erlegung eines angemessenen Lagergeldes aus, denn das Zeug liege ihm im Wege."

Der ganze Betrieb der „Ideal“ besteht aus drei Packern und neun Kontoristinnen. —

Jetzt scheinen von den Sendungen der „Ideal“ doch zuviel zurückzukommen. Deshalb werden die Uhren jetzt von der Jahresuhrenfabrik Andreas Huber in München verschickt. Wir möchten gern wissen, ob diese Firma auch jetzt noch die Uhrmacher besuchen lässt, um ihnen ihre Fabrikate zu verkaufen? Danken müssen wir hier allen Kollegen, die uns sofort mit allem erreichbaren Material versehen haben; wir bitten, auch ferner uns alles zuzusenden, was mit der „Ideal“ oder der Jahresuhrenfabrik Huber in München zu tun hat.

Zu der Frage **Schleuderpreise und Innungen** sendet uns die Innung Breslau eine wichtige Entscheidung, die wir hier wörtlich zum Abdruck bringen:

Entscheidung.

Die gegen den Uhrmacher N. N., hier, von dem Vorstande der Uhrmacherzwanngsinnung, hier, festgesetzte Ordnungsstrafe von 5 Mk. besteht zu Recht.

Gründe.

Der Uhrmacher N. N. hatte im Februar d. J. eine Anzeige in einer Breslauer Zeitung einrücken lassen: „Federn zum Selbst-

einsetzen 60 Pf.“ Der Vorstand der Uhrmacherzwanngsinnung sah hierin eine irreführende Anpreisung nach § 10, Abs. 4, der Satzung, und setzte gegen N. N. eine Ordnungsstrafe von 5 Mk. fest. Hiergegen hat N. N. Beschwerde erhoben mit der Begründung, dass es sich beim Anpreisen und Verkauf von Uhrfedern zum Selbsteinsetzen um eine rein kaufmännische Leistung handle und die Innung daher kein Recht hätte, gegen eine derartige Bekanntmachung einzuschreiten.

Die fragliche Anzeige ist in Uebereinstimmung mit der Handwerkskammer in Breslau, die sich hierzu gutachtlich geäussert hat, als irreführende Anpreisung anzusehen, weil durch den Wortlaut bei dem Leser der Anschein erweckt wird, als ob jedermann in der Lage wäre, die Federn selbst einzusetzen, während dies in Wirklichkeit nur einem beschränkten Personenkreise möglich ist. Es kommt hierbei nach § 10, Abs. 4, der Satzung der Uhrmacherzwanngsinnung nicht darauf an, ob es sich um eine kaufmännische oder gewerbliche Leistung handelt. Im übrigen würde aber auch der Verkauf von Federn zum Selbsteinsetzen nur dann als kaufmännische Leistung anzusehen sein, wenn bei dem Verkauf keine fachtechnische Anleitung zum Einsetzen der Federn stattfände und der Kundenkreis sich nur aus solchen Personen zusammensetzte, die die Fähigkeiten zum Selbsteinsetzen der Feder besitzen. Dies ist aber nicht der Fall, denn der Beschwerdeführer wendet sich in seiner Anpreisung an einen unbeschränkten Leserkreis, verkauft also zweifellos Uhrfedern an jedermann und gibt naturgemäss Laien auf Befragen Anleitung über das Einsetzen der Federn.

Gegen diese Entscheidung ist binnen 4 Wochen nach der Zustellung die Beschwerde an den Herrn Regierungspräsidenten zulässig.

Gestorben ist am 7. Juni Herr Kollege Paul Winkler in Canth, Kreis Neumarkt i. Schl. Der Kollege war Mitglied der Innung Breslau. Möge ihm die Erde leicht sein!

Zur Aufklärung der Uhrenkäufer ist das beste Mittel die ständige Verwendung unseres Einwickelpapiers. Die Aufklärung muss immer geschehen, wenn sie wirklich durchdringend sein soll. 1000 Bogen kosten nur 4 Mk., Porto 50 Pf. besonders. Unser Papier ist absolut chlor- und säurefrei, so dass selbst Silbersachen nicht anlaufen.

Die Reparaturschilder „Reparaturen werden nur gegen bar abgegeben“ erfreuen sich immer grösserer Beliebtheit. Es hat sich gezeigt, dass sie ein ganz ausgezeichnetes Mittel sind, die Kundschaft zur Barzahlung zu erziehen. Die grossen Schilder kosten 60 Pf., die kleineren nur 50 Pf.

Die Innungen und Vereine, die mit den Verbandsbeiträgen für 1914 noch im Rückstande sind, werden gebeten, die Beiträge nunmehr auf unser Postscheckkonto in Leipzig Nr. 13953 einzuzahlen.

Kollegen, besucht die Unterverbandstagungen!

Mit kollegialen Grüssen

Der Vorstand des Zentralverbandes

der Deutschen Uhrmacher-Innungen und -Vereine, E. V.

Robert Koch, II. Vorsitzender. W. König, Geschäftsführer.

Amerikanische Uhrmacherläden aussen und innen.

Die Art der Ausgestaltung des Schaufensters ist bei den amerikanischen Uhrmachern, die sich meistens Jeweler nennen, obgleich sie oft mehr Watchmaker (Uhrmacher) und Optician (Optiker) sind, eine von der bei uns gewohnten abweichende. Die Gründe dafür liegen in einer anderen Auffassung der Ge-

schäftsmethode, welche man vielleicht als Fernstehender für die Eigenart der amerikanischen Kundschaft als die richtigere betrachten könnte, wenn man in dieser Auffassung durch die Dringlichkeit, mit welcher von seiten der amerikanischen Fachpresse auf die Wichtigkeit der sorgfältigeren, zugkräftigeren, werbenderen