

Deutsche Uhrmacher-Zeitung.



Abonnementspreis:

für Deutschland u. Oestr.-Ungarn
bei direktem Bezuge von der Ex-
pedition in Streifenbandendung
vierteljährlich 1,75 Mark,
jährlich 6,75 Mark
pränumerando.

Bestellungen nimmt ferner jede
Postanstalt oder Buchhandlung
zum Preise von 1,50 Mark pro
Quartal entgegen.

Abonnementspreis für's Ausland
jährlich 7,50 Mark
pränumerando.

Preise der Anzeigen:

die viergespaltene Petit-Zelle
oder deren Raum
für Geschäfts- und vermischte
Anzeigen 30 Pfg.,
für Stellen-Angebote und Gesuche
20 Pfg.

Die ganze Seite (400 Zeilen à 30 Pfg.)
wird mit 100 Mark berechnet.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung
erscheint am 1. und 15.
eines jeden Monats.

Einzelne Nummern kosten je 30 Pfg.
Probenummern (aus überzähligen
Beständen) werden auf Verlangen
gratis und franko zugesandt.

Fachblatt für Uhrmacher.

Post-Zeitungliste
No. 1791.

Verlag von Carl Marfels, Berlin W., Jäger-Strasse 73.

Fernsprech-Anschluss:
Amt I, No. 2984.

XIX. Jahrgang.

Berlin, den 1. Dezember 1895.

No. 23.

Nachdruck, soweit nicht untersagt, nur mit vollständiger Quellenangabe gestattet.

Inhalt: Marktschreierische Uhren-Annoncen und ihre Bekämpfung. — Unsere Uhr. — Noch eine Methode des Steinfassens mit dem Handstichel. — Elektrisches Pendel. — Das Wappen der Deutschen Uhrmacher. — Praktische Bemerkungen zu der Regulierung von Ankeruhren. I. — Aus der Werkstatt (Kitt zum Ausbessern von Emailblättern. — Theilscheibe zum Räderschneiden auf dem Schweizer Drehstuhl). — Patent-Nachrichten. — Vermischtes. — Briefkasten. — Anzeigen.

Marktschreierische Uhren-Annoncen und ihre Bekämpfung.

Weihnachten nahen heran, und mit ihnen die Zeit der Geschäftsempfehlungen in den Tagesblättern. Auf alle mögliche Weise sucht Jeder die Zeit des erhöhten Bedarfs zu benutzen, um dem kauflustigen Publikum seine Artikel in empfehlende Erinnerung zu bringen und möglichst viel davon abzusetzen, mit einem Worte: ein Geschäft zu machen. Solange nun die hierauf bezüglichen Geschäfts-Anzeigen den Rahmen einer anständigen Reklame nicht überschreiten, lässt sich gegen dieselben nicht allein nichts einwenden, sondern sind sie vielmehr nur zu billigen, denn der Käufer von heute verlangt nun einmal von seinem Lieferanten, dass dieser sich von Zeit zu Zeit auf irgend eine Weise bei ihm in Erinnerung bringt. Leider aber tragen viele dieser Weihnachts-Reklamen, speziell in unserer Branche, den Stempel der Unreclität; es ist daher in unserer Redaktion eine feststehende Erscheinung, dass alljährlich um diese Zeit aus allen Theilen Deutschlands eine Menge von Zuschriften einlaufen, in denen von den betreffenden Kollegen über unliebsame Konkurrenz auswärtiger Versandgeschäfte oder Uhrenhandlungen geklagt wird, die zumeist durch marktschreierische Inserate in den Lokalblättern der Provinz den dort ansässigen Uhrmachern erheblichen Schaden zufügen — sehr oft, ohne selbst dabei ein nennenswerthes Geschäft zu machen.

Mit einigen dieser Inserate und der dagegen einzuschlagenden Schritte wollen wir uns an der Hand des uns zugegangenen Materials heute beschäftigen.

Da liegt uns beispielsweise ein Ausschnitt aus einer schlesischen Zeitung vor, in welcher der Inhaber eines herzlich unbedeutenden Uhren-geschäfts in Berlin „Nickel-Remontoir-Taschenuhren mit gutem 30 stündigem Werk, Email-Zifferblatt, garantirt gut abgezogen und genau regulirt, unter zweijähriger schriftlicher Garantie zu 6, 10 Mark“, ferner „die vielfach zu sehr theuerem Preise unter den verschiedensten Namen angebotene Nickel-Anker-Remontoir-Taschenuhr, gut gehend, zu 2,75 Mark“ u. s. w. empfiehlt. Abgesehen von diesem Inhalt des Inserats ist nun aber noch die Unterschrift desselben mit der Bezeichnung „Uhrenfabrik“ versehen, und ausserdem findet sich am Schlusse der Vermerk: „Wiederverkäufer und Uhrmacher erhalten Rabatt“.

Diese beiden letzteren Bemerkungen veranlassten einen in dem Erscheinungs-Orte der betreffenden Zeitung wohnenden Kollegen zu näheren Nachforschungen nach dem „Uhrenfabrikanten“, die ergaben, dass derselbe, wie schon bemerkt, ein nur unbedeutendes Detailgeschäft

besitzt und keinenfalls in der Lage sein kann, Waaren an Wiederverkäufer zu Engros-Preisen zu liefern; der Nachsatz „Wiederverkäufer erhalten Rabatt“ stellt sich demnach einfach als ein Kniff heraus, wie er von sehr vielen Inserenten gebraucht wird, um das Publikum in den Glauben zu versetzen, es erhalte Fabrik-Preise.

Wenn nun aber der über diese Vorspiegelung entrüstete schlesische Kollege sich hierauf anschickte, den inserirenden Berliner Uhrenhändler in seinem Lokalblatte aufs heftigste in persönlicher Weise anzugreifen, so ist das zwar ein sehr nahe liegendes, nichtsdestoweniger aber völlig verkehrtes Mittel zur Abwehr. Nicht darin, dass man in solchem Falle den Inserirenden der Vorspiegelung falscher Thatsachen, der ungebührlichen Dreistigkeit etc. beschuldigt und ihn persönlich angreift, darf der Schwerpunkt der Abwehr liegen, sondern nur in rein sachlichen Momenten; denn sonst macht das Ganze auf den Unbetheiligten den immer schlechten Eindruck der Gehässigkeit und dient dem bekämpften Theil eher noch zur Reklame. Will man in ähnlichen Fällen eine Erwiderung in der Zeitung bringen, so muss sich dieselbe auf rein sachliche Bemerkungen beschränken, z. B.

dass die für 2,75 Mark ausgebotenen Uhren mehr als Spielzeuge, denn als Zeitmesser zu betrachten seien;

dass dieselben nicht in Uhrenfabriken, sondern von einer Metallwaarenfabrik erzeugt werden, die auch die ganz gewöhnlichen Kinderuhren zu 10 Pfg. das Stück herstellt;

dass jene Uhren von jedem Uhrmacher, der sie führen will, zu 2,75 Mark geliefert werden können (oder noch besser, dass man dieselben ebenfalls vorräthig halte, aber keineswegs als Zeitmesser empfehle);

dass eine „Garantie für den guten Gang“ solcher Uhren Niemand übernehmen könne, auch der dieselben anpreisende Händler nicht, indem die Taschenuhren wohl infolge der maschinellen Herstellung neuerdings wesentlich billiger als in früheren Jahren, aber in wirklich brauchbarer Ausführung nicht für 6 Mark, geschweige denn für 3 oder gar 2 Mark hergestellt werden könnten.

Schliesslich kann man, nachdem man über die thatsächlichen Verhältnisse eines solchen Inserenten zuverlässige Auskunft eingeholt hat, auch ruhig die Thatsache feststellen, dass der Betreffende keineswegs Fabrikant und deshalb auch nicht in der Lage sei, an Wiederverkäufer zu liefern; alles dies muss jedoch frei von persönlicher Gehässigkeit bleiben — nicht nur, damit man nicht etwa gar eine Beleidigungsklage oder wenigstens einen sehr kostspieligen Zeitungskrieg mit Erklärungen