

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung.



## Abonnementspreis:

für Deutschland u. Oestr.-Ungarn bei direktem Bezuge von der Expedition in Streifbänden und 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-Zeile oder deren Raum für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 30 Pfg., für Stellen-Angebote und Gesuche 20 Pfg.

Die ganze Seite (400 Zellen 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-Zeitungsliste No. 1826.

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

Fernsprech-Anschluss: Amt I, No. 2984.

XX. Jahrgang.

Berlin, den 1. Oktober 1896.

No. 19.

Nachdruck ohne ausdrückliche Genehmigung der Redaktion unbedingt untersagt.

Inhalt: Schulsammlung. — Unlauterer Wettbewerb. — Stimmen über die Dencker'sche Kompensations-Unruhe. — Gangzeitanzeige-Vorrichtung für Federzuguhren. — Karabiner mit Taschenuhren-Schutzvorrichtung. — Bilder von der Berliner Gewerbe-Ausstellung, VIII. — Federnde Verschlussringe für Aufzugkronen. — Aus der Werkstatt (Noch ein Verfahren zum Oxydiren der Stahlgehäuse). — Vermischtes. — Briefkasten. — Patent-Nachrichten. — Anzeigen.

### Schulsammlung.

Im dritten Quartal 1896 gingen für die Deutsche Uhrmacherschule in Glashütte bei uns ein:

Von den Herren H. R. i. M. 2 M., C. R. i. S. 2 M., E. G. i. S. 1,50 M., Ueberschuss an versandtem Einwickelpapier 4,50 M., Carl Marfels 200 M., insgesamt 210,— Mark.

Hierzu die Eingänge vom ersten und zweiten Quartal ds. J. mit 369,40 M. = Gesamtsumme 579,40 Mark.

Redaktion der Deutschen Uhrmacher-Zeitung.

### Unlauterer Wettbewerb.

Das am 1. Juli ds. J. in Kraft getretene Gesetz über den unlauteren Wettbewerb macht sich bereits vielfach bemerkbar; allerorts regen sich Fachverbände und einzelne Gewerbetreibende, um gegen anfechtbare Reklame vorzugehen, und selbst die Polizeibehörden haben — obwohl sie dazu keineswegs verpflichtet sind — in manchen Städten die Initiative ergriffen, um dem unlauteren Wettbewerb, soweit er sich in der Öffentlichkeit bemerkbar macht, entgegen zu treten. So wird beispielsweise aus einer Stadt der Rheinprovinz bekannt, dass die Polizeibehörde eine Anzahl von Geschäftsinhabern auf das Amt vorladen liess, um denselben zu eröffnen, dass sie sich durch Reklame in Annoncen und Zirkularen, auf Firmenschildern, Schaufenstern, Plakaten etc. gegen das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb verfehlt hätten. Die Vorgeladenen erhielten eine Verwarnung und wurden darauf hingewiesen, dass diese Verwarnung von der Polizei zu Protokoll genommen sei und strafschwerend wirken werde, wenn die beanstandeten Gesetzeswidrigkeiten fortgesetzt würden und wegen derselben gegen die Verüber von berufener Seite, d. h. von den dadurch geschädigten Gewerbetreibenden, Klage erhoben werde.

Ein solches Vorgehen seitens der Behörde ist gewiss anzuerkennen. Haben die Betreffenden in gutem Glauben gehandelt, so sind sie jetzt auf die Gesetzeswidrigkeit ihres Handelns aufmerksam gemacht worden; setzen sie dasselbe trotzdem fort, so beweisen sie damit, dass sie that-

sächlich eine Täuschung beabsichtigen, und haben dafür eine umso härtere Strafe zu gewärtigen.

In dieser oder ähnlicher Weise verfahren jedoch bisher nur wenige Behörden; es wird daher an den meisten Orten ausschliesslich der privaten Initiative vorbehalten bleiben, gegen den unlauteren Wettbewerb vorzugehen, sofern offenbare Gesetzeswidrigkeiten begangen werden.

Ein solcher Fall liegt uns heute vor. Aus einer rheinheissischen Stadt werden uns Zeitungsausschnitte (Inserate) zugesandt, in denen der Inhaber eines Uhrengeschäfts, der gleichzeitig Alpaccasilber-Waaren und dergl. führt, dieselben mit den Schlussworten: „Alleinverkauf unter Fabrikpreisen bei N. N.“ anpreist. Dies erweckt zweifellos den Eindruck, als beabsichtige der Aufgeber des Inserats eine Täuschung. Derselbe will anscheinend den Glauben erwecken, als verkaufe er zu Preisen, die noch billiger als Fabrikpreise — „unter“ Fabrikpreisen — seien.

In andern Inseraten gebraucht derselbe Inserent die Ausdrücke: „Billigste Bezugsquelle, grösste Auswahl hier am Platze.“ Auch hierüber sind bei uns Klagen eingelaufen unter der Versicherung, dass der Betreffende in keiner Weise berechtigt sei, für sein Geschäft diese Ausdrücke in Anspruch zu nehmen. Wir haben nun, um die Klageführenden eventuell von einer erfolglosen Anzeige abzuhalten, uns bei unserem juristischen Beistand erkundigt, wie seine Auffassung des vorliegenden Falles sei, und erhalten von demselben folgende Zuschrift.

Ich bin gar nicht zweifelhaft, dass die Aeusserung „Alleinverkauf unter Fabrikpreisen“ mit dem § 1 des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs vom 1. Juni 1896 im Widerspruch steht; „unter“ bedeutet, dass das betreffende Geschäft nicht nur gleiche Preise habe wie die Fabrik, sondern noch billigere. Schon die unwahre Behauptung, „Fabrikpreise“ zu haben, ist verboten. Wenn diese Angabe auch bezüglich des einen oder anderen Artikels der Wahrheit entsprechen sollte, so ist doch wohl als sicher anzunehmen, dass nicht bei sämtlichen Alpaccasilber-Gegenständen unter Fabrikpreisen verkauft wird. Trotz dieser Vermuthung müsste aber der Firma, wenn sie belangt werden soll, nachgewiesen werden, dass sie Alpaccasilberwaaren nicht unter Fabrikpreisen verkauft. Die Annonce und die blosse Vermuthung, dass es sich um eine unwahre Reklame handelt, genügt nicht zur Begründung der Klage, denn es kann, wie Sie ganz richtig bemerken, der Ankauf einer Konkursmasse oder alter Ladenhüter im Ramsche vorliegen. Nur ein Uhrmacher oder sonstiger Gewerbe-