

Unternehmen sich eben nicht so diktieren lassen werden, wie es der Wunsch vieler Kollegen sein dürfte, sondern daß, wenn die Angriffe brüsk werden, sie eben auch nicht versäumen dürften, ihre Stellungen zu beziehen. Daß das Kampfmittel des Boykotts vor zwanzig oder dreißig Jahren vielleicht zum Ziele geführt hätte, könnte ich allenfalls noch glauben; daß dies aber heute noch der Fall sein könnte, glaube ich ganz und gar nicht. Denn die Marken, die hier in Frage kommen, sind beim großen Publikum zu gut eingeführt und haben sich durch ihre vorzügliche Qualität zu sehr das Vertrauen erworben, als daß da nur quasi ein Federstrich genügt, um sie als Luft zu behandeln. Und die verantwortlichen Leiter dieser Unternehmen? Die werden sich erst recht nicht als Luft behandeln

lassen. Darüber sollten sich alle diejenigen, die ja mit ehrlichem Eifer sich des Wohls unseres Berufs annehmen wollen, deutlich und eingehend Rechenschaft geben. Sie sollten sich aber auch darüber Rechenschaft geben, daß es durchaus nicht im Interesse einer erstklassigen Fabrik sein kann, ihre Produkte an den ersten besten „Jemand“, heiße er nun Warenhaus oder anders, abzugeben, sondern daß es im ureigensten Interesse dieser Unternehmen liegt, ihre Erzeugnisse durch den Uhrmacher, und zwar durch den renommierten, unter das kaufende Publikum zu bringen. Von diesem gesunden Grundsatz könnten sie meiner Befürchtung nach durch allzu einseitiges und rücksichtsloses Gebaren der Uhrmacher bloß abgedrängt werden.

E. Donauer, Zürich.

Verordnung über den Preisaushang

Der Magistrat Berlin hat im Gemeinde-Blatt vom 22. März 1921 die nachstehende Verordnung erlassen, die für alle Uhrmacher Groß-Berlins von der größten Wichtigkeit ist, da nunmehr auch Uhren unter den Preisbeschilderungs-Zwang fallen. Die Verordnung hat folgenden Wortlaut:

§ 1. Wer im Kleinhandel folgende Waren: . . . Uhren . . . feilhält, hat in seinem Verkaufsraum oder an seinem Betriebsstand ein gut leserliches und auch von außen deutlich lesbares Verzeichnis dieser Waren anzubringen, aus dem der tatsächliche Verkaufspreis ersichtlich ist. Der Preis ist für ein ganzes Pfund, Liter, Meter, Stück oder sonstige handelsübliche Einheit der betreffenden Ware deutlich lesbar zu verzeichnen und in deutscher Währung anzugeben. Für Gewürze und Arzneiwaren, die im Kleinhandel in Gramm abgegeben zu werden pflegen, ist die Preisangabe für 10 Gramm oder für ein Mehrfaches dieser Menge zulässig, wenn die Anzahl der Gramm deutlich sichtbar verzeichnet ist.

An Stelle des vorerwähnten Preisverzeichnisses kann auch an jeder Ware ein Preisschild angebracht werden, für das die gleichen Vorschriften wie für das Preisverzeichnis gelten. Bei Waren der im Absatz I erwähnten Art, die in Schaufenstern, Schaukästen oder auf der Straße ausgestellt werden, muß ein Preisschild an jeder einzelnen Ware angebracht werden. Soweit ein Preisschild angebracht ist, bedarf es der Aufnahme der Ware in das Preisverzeichnis nicht.

Werden von derselben Ware mehrere gleiche Stücke oder Packungen in derselben Preislage unmittelbar neben- oder aufeinander ausgestellt, so genügt die Anbringung eines gemeinsamen Preisschildes, auf dem der Preis für ein Stück der betreffenden Ware angegeben ist.

Vorstehende Bestimmungen gelten nicht für Luxusgegenstände.

§ 2. Die angekündigten Preise dürfen nicht überschritten werden. Die Abgabe der im Kleinverkauf üblichen Mengen an Verbraucher zu den angekündigten Preisen gegen Barzahlung darf nicht verweigert, insbesondere nicht von dem gleichzeitigen Verkauf anderer Waren oder Sorten abhängig gemacht werden. Die Preisprüfungsstelle Berlin kann Ausnahmen von dieser Vorschrift zulassen.

Künstlerische Schaufensterdekorationen brauchen auf Verlangen eines Käufers nicht zerstört zu werden.

Die Ausstellung von Vorzugsscheinen und die Annahme von Vorbestellungen ist unzulässig. Dies gilt indessen nicht für städtische oder solche Verkaufsstellen, für die von einer Behörde oder mit Zustimmung einer solchen Vorschriften über die abzugebenden Mengen festgesetzt sind.

§ 3. Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieser Verordnung werden gemäß § 17 der Bekanntmachung vom 25. September 1915, sofern nicht andere Vorschriften schwerere Strafen androhen, mit Gefängnis bis zu sechs Monaten oder mit Geldstrafe bis zu 1500 Mark bestraft. Auch kann gemäß der Bekanntmachung zur Fernhaltung unzuverlässiger Personen vom Handel vom 23. September 1915 (R.-G.-Bl. S. 603) wegen Unzuverlässigkeit der Handel mit Gegenständen des täglichen Bedarfs untersagt werden.

§ 4. Diese Verordnung tritt mit der Verkündung in Kraft. Gleichzeitig wird die Verordnung über den Aushang und die Aufstellung von Preisverzeichnissen vom 29. April 1920 aufgehoben.

Zu der Verordnung ist vorläufig folgendes zu bemerken:

1. Da für Uhrengeschäfte mit ihren Waren verschiedenster Preislagen ein Preisverzeichnis praktisch nicht in Frage kommen wird, müssen von nun ab alle Uhren (mit Ausnahme von Luxusgegenständen) mit Etiketts versehen werden, die den Verkaufspreis in deutlich lesbaren Zahlen (nicht Buchstaben!) enthalten.

2. In dieser Weise müssen sowohl die Uhren im Innern des Ladens, wie im Schaufenster und in den Schaukästen ausgezeichnet sein. Namentlich in den Schaufenstern müssen diese Preise von außen lesbar sein. Im Innern des Ladens wird es nach meiner Ansicht genügen, wenn jeder Kunde in der Lage ist, das Etikett des von ihm gewünschten Gegenstandes auf Verlangen sofort lesen zu können.

3. Auf Luxusgegenstände bezieht sich die Verordnung nicht. Es brauchen also nur solche Uhren Etiketts mit Verkaufspreisen zu tragen, die im Sinne der Wuchergesetzgebung sogenannte „Gegenstände des täglichen Bedarfs“ sind. Die Kollegenschaft kann sich, um hiernach die richtige Auswahl zu treffen, nach der Aufstellung in meinem Aufsatz: „Die Wuchergesetzgebung und die Uhrmacherschaft“, Nr. 17 und 19 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung 1920 richten, nach der von Uhren als Gegenstände des täglichen Bedarfs folgende anzusehen sind:

I. Taschen- und Armbanduhrn:

Gewöhnliche silberne, offene Taschenuhren (etwa bis 75 Mark Friedensverkaufspreis).

Gewöhnliche silberne Armbanduhrn, wie obenstehend.

Taschen- und Armbanduhrn in Nickel-, Stahl- und Doublegehäusen, einschließlich Taschenwecker.

Blinden-Uhren.

Chronoskope, Chronographen in Nickel- und Stahlgehäusen.

II. Großuhrn:

Regulateure und Freischwinger, Kuckucksuhrn, Küchenuhrn.

Alle einfachen Wanduhrn in Gehäusen aus Kiefernholz; ferner aus Eiche und Nußbaum, wenn sie nicht mit Einlagen oder feinen Schnitzereien versehen sind.

Büro-Uhren.

Kurzzeitmesser.

Tischuhrn in Holzgehäusen (wie Wanduhrn).

Ganz einfache Stehuhren in Gehäusen aus Marmor, Stein und Kunststein mit sogenannten Amerikaner Einsatzwerken.

Alle Wecker mit Ausnahme der reinen Luxusausführungen, Fabrik-, Turm- und Kontrolluhren.

Es erscheint natürlich zweckmäßig, lieber mehr Uhren mit Verkaufs-Etiketts zu versehen, als in der Auswahl zu eng zu verfahren.

4. Auf andere Waren, die der Uhrmacher führt, als auf Uhren, bezieht sich die Verordnung nicht. Insbesondere brauchen Gold- und Silberwaren und unechte Bijouterien nicht mit Preisen versehen zu werden.

5. Die Preisschutzkommission wird versuchen, gemäß einer ihr vor einiger Zeit von der zuständigen Behörde gewordenen Erklärung den Zwang für die Preisbeschilderung auf Uhren nur bis zum Verkaufspreis von 300 Mark zu beschränken. Vorläufig muß es jedoch bei dem Zwange für alle Uhren, soweit sie nicht Luxusgegenstände sind, verbleiben. Dr. Felsing.