

Natürlich soll hier nicht der allzu großen Konkurrenz das Wort geredet werden, die, wie jedes „Zuviel“, vom Übel ist. Aber auch dann, wenn die Konkurrenz über das wirtschaftlich erträgliche Maß hinausgeht, darf der Kon-

kurrenzkampf keine häßlichen Formen annehmen und zwar im Interesse des fachlichen Ansehens wie des wirtschaftlichen Erfolges. Der Vers: „Konkurrent, das ist ein Mann, den ich nicht verknusen kann“ muß gegenstandslos werden!

## Zur Einstellung von Uhrmacher-Gehilfen

Bei der seit geraumer Zeit bestehenden lebhaften Nachfrage nach tüchtigen Uhrmacher-Gehilfen, der kein entsprechendes Angebot gegenübersteht, kommt es bedauerlicherweise oft zu Mißhelligkeiten, wenn ein Gehilfe, der nach Ansicht des Chefs bereits verpflichtet war, die Stellung aus irgend einem Grunde nicht antritt. Manchmal handelt es sich um sehr offensichtliche Fälle von Vertragsbruch, die dem Gehilfen auch ganz zweifelsfrei als solche erscheinen. Hier muß mit allem Nachdruck und mit allen gesetzlich erlaubten Mitteln durchgegriffen werden, um dem Grundsatz der Vertragstreue allgemeinste und unbedingte Geltung zu verschaffen. Auch die Organisationen der Uhrmacher-Gehilfen täten gut daran, ihre Mitglieder zu strikter Vertragstreue zu erziehen und nach Kräften aufklärend zu wirken über die Formen, unter denen ein Engagement zustande kommt, sowie über die wirtschaftliche Notwendigkeit der Vertragstreue. Oft kommt es aber auch vor, daß Schwierigkeiten, Verärgerungen und Schäden lediglich deswegen entstehen, weil der zwischen den beiden Parteien geführte Schriftwechsel nicht so deutlich war, daß Mißverständnisse ausgeschlossen wurden.

Als Beispiel fügen wir folgenden uns vorliegenden Fall an: Ein Uhrmacher-Gehilfe J. bewarb sich auf ein Inserat hin bei einer Berliner Firma D. um eine Stellung, indem er die üblichen Angaben über die bisherige Tätigkeit machte, Zeugnisabschriften beifügte und um weitere Nachricht bat. Die Firma D. gab ihm ihre Bedingungen bekannt und bat um sofortige Mitteilung darüber, wann im Falle des Einverständnisses der Eintritt frühestens erfolgen könne. Der Gehilfe schrieb darauf sofort zurück: „Bestätige Ihnen hiermit dankend den Empfang Ihres Schreibens vom 3. d. M. und teile Ihnen höflichst mit, daß ich Montag, den 17. September, dort eintreffen kann. Mit Ihren Bedingungen erkläre ich mich einverstanden. Mein größtes Bestreben wird es sein, mir Ihre volle Zufriedenheit und Ihr Vertrauen zu erwerben.“ Die Berliner Firma glaubte nunmehr, daß das Engagement fest abgeschlossen sei, und schrieb nicht mehr zurück. Acht Tage später, vier Tage, bevor die Stellung angetreten werden sollte, schrieb der Gehilfe, daß er vergebens auf ein festes Engagement gewartet habe und daher annehme, daß die Firma D. auf seine Dienste verzichte.

Preisfrage: War der Gehilfe selbst tatsächlich, ehrlich und ohne Flausen, der Ansicht, daß er noch nicht gebunden war und die Firma D. nochmals schreiben mußte? Juristisch

kann es keinem Zweifel unterliegen, daß der Vertrag perfekt war. Justizrat Henschel äußert sich hierzu wie folgt: „Die Schließung eines Vertrages setzt voraus, daß ein Antrag gemacht und von der anderen Seite angenommen wird. Hierdurch ist der Vertragsschluß perfekt. Eine nochmalige Bestätigung ist nicht erforderlich. Herr J. bewarb sich mit Schreiben vom 1. September um die Stellung. Herr D. teilte ihm mit Schreiben vom 3. September die Bedingungen mit. Herr J. bestätigte mit Schreiben vom 4. September und zeigte gleichzeitig an, wann er die Stellung antreten werde. Unter diesen Umständen ist es nichts weiter als eine Ausrede, wenn Herr J. schreibt, er habe eine nochmalige Bestätigung erwartet. Herr D. ist im Recht, wenn er Herrn J. für vertragbrüchig erklärt und Schadensersatz verlangt.“

Immerhin ist es nicht notwendig, daß ein junger Uhrmacher-Gehilfe einen juristisch klar liegenden Sachverhalt, mag er auch einfach sein, als solchen erkennt. Freilich sprechen die Tatsachen, daß er seine Absagekarte mit den Worten „Sie wollen also höflichst entschuldigen, daß ich Ihnen nicht zu Diensten stehen kann“ schloß, und daß er zwei Tage später laut Postvermerk auf einen ihm sofort zugesandten eingeschriebenen Brief unbekannt verzogen war (er hatte also bereits eine neue Stellung angenommen), zu seinen Ungunsten. Bei alledem ist es möglich, daß der Gehilfe infolge Unkenntnis in juristischen Dingen sich der tatsächlichen Verhältnisse nicht klar bewußt war. Im vorliegenden Fall konnten wir z. B. feststellen, daß auch andere in Vertragsangelegenheiten nicht unerfahrene Personen meinten, man könne wohl der Ansicht sein, ein Vertrag sei nicht zustande gekommen. Es empfiehlt sich daher, daß sich die Geschäftsinhaber, welche Gehilfen suchen, immer so präzise ausdrücken, daß ein jeder Gehilfe, mag er auch noch so jung und unerfahren sein, genau weiß, woran er ist. In dem vorliegenden Falle würde es schon genügt haben, wenn die Firma D. am Schlusse ihrer Antwort auf das Bewerbungsschreiben etwa folgendes gesagt hätte: „Wenn Sie mit diesen Bedingungen einverstanden sind und die Stellung spätestens bis zum . . . . . antreten können, so bitte ich um sofortige Mitteilung darüber. Das Engagement gilt dann ohne weiteres als für beide Teile verbindlich.“ Da es sich bei diesem Briefe und dem Antwortschreiben des Gehilfen um wichtige Vertragsdokumente handelt, so empfiehlt es sich, solche Briefe einzuschreiben zu lassen.

## ~ Sprechsaal\* ~

### Mehr und bessere Reklame für die Werkstatt!

Der unter dieser Überschrift in Nr. 45 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung erschienene Aufsatz hat mir den Kopf heiß gemacht. Um es gleich vorweg zu sagen: die große Masse der Uhrmacher hat nach meinen Erfahrungen von dem hohen Nutzwert der Reklame keine Vorstellung; im Gegenteil: sehr viele haben es wohl einmal mit der Reklame versucht, aber weil der Erfolg nicht sofort „knüppeldick“ in die Erscheinung trat, die Reklame als nutzlos betrachtet und wieder eingestellt. Daß aber die Ursache des Mißerfolges oder des ungenügenden Erfolges in

der falschen Anwendung gelegen hat, darüber ist man sich nicht klar geworden; vielleicht hat man nicht einmal darüber nachgedacht.

„Welche Fehler werden denn gemacht?“ wird nun mancher Kollege vielleicht fragen. Als größten Fehler betrachte ich in der Reklame die herkömmliche Monotonie: „Uhren repariert gut und preiswert (billig)“ oder „Uhren und Goldwaren in größter Auswahl bei billigsten Preisen empfiehlt . . .“ Herr Kollege, überlegen Sie einmal: wer, glauben Sie, wird, ohne einzuschlafen, auch nur eine Viertelseite derartiger Eintönigkeiten lesen? Je fesselnder ein Reklametext ist, um so größere Erfolgsaussichten bietet er selbstverständlich, und ich bin davon durchdrungen, daß

\* ) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.