

fehlen. Etwaige Bemerkungen zu demselben werden wir an der gleichen Stelle gern veröffentlichen. Herr Hohmann schreibt:

Vor mir liegen mehrere Zeitungen, in denen Versandgeschäfte ihre reichhaltigen Kataloge empfehlen. Da ich schon im Besitz einer Menge Kataloge bin, so habe ich dieselben einmal durchgesehen und mir die, welche hauptsächlich Bezug auf unser Fach haben, beiseite gelegt. Wenn man so einen Katalog durchblättert, die schönen Klischees in demselben sich ansieht und vielleicht, oder vielmehr stets, sich noch im Besitz der Vorzugspreisliste befindet, so kann man sich nicht mehr wundern, daß Laien, die willens sind, sich dies oder jenes zu kaufen, stets auf die Kataloge reinfallen. Darauf habe ich in den Jahrgängen unserer Fachzeitungen gesucht, ob sich nicht dieser oder jener Kollege darüber geäußert hat, und habe so manchen schönen Artikel dagegen gefunden, aber leider helfen alle nicht viel, wenn man nur schreibt und nichts in die Tat umsetzt.

Wäre es nicht angebrachter, man legte sich selbst ein kleines Lager der meisten in den Katalogen angeführten Artikel zu gleichen Preisen auf Lager und in die Auslage?

Es ist ja nun durchaus nicht notwendig, daß man die betreffenden Artikel auch verkauft. Dem Kunden, welcher auf derartige Ware reflektiert, kann man leicht den Unterschied zwischen dieser Versandware und der besseren Ware klarmachen, und legt man event. dem Kunden dreist noch einen derartigen Katalog mit ausnahmsweise billigen Preisen vor, so kann sich wohl auch der Kunde ein Urteil über die abgebildete Ware und die im Original vorliegende bilden. Es könnte dann wohl nicht mehr so leicht passieren, daß man in einem Katalog Notizen unter dem Bestellschein, welcher ja meistens beiliegt, findet, wie folgende:

„Sollte Ihnen von einer anderen Seite ein Artikel billiger angeboten werden, so würde ich Ihnen sehr dankbar sein, wenn Sie mir dieses hier untenstehend mitteilen würden.“

Ich würde Ihnen mit Vergnügen darüber Auskunft geben können, um welche Qualitäten es sich handelt, wenn solche Anerbietungen gemacht werden.“

Hier will ich noch hinzufügen, daß es sich um eine Versandfirma handelt, von welcher man Fahrräder, Reisekoffer, Harmonikas, Thermometer, Revolver und Spielkarten usw., ferner was uns direkt betrifft, Taschenuhren, Weck- und Wanduhren und Regulatoren usw., beziehen kann.

Da wir aber nun einmal in einer Zeit des äußersten Konkurrenzkampfes leben, so muß man derartigen Manövern gleich energisch entgegentreten. Damit will ich aber nun nicht sagen, daß man bei der Obrigkeit vorstellig wird und nach Gesetzen

schreit (obgleich hier eine Steuer auf Preislisten statt auf Postkarten angebracht wäre), nein, hier heißt die Losung: „Hilf dir selbst!“

Da möchte ich nun den Herren Kollegen einen Vorschlag unterbreiten:

Die Kollegen jeder Stadt und deren Umgebung, und zwar nur gelernte Uhrmacher, mögen sich zusammenschließen und, wenn es viel werden, eine ganze Seite eines der gelesenen Blätter für sich so und so oft im Jahre in Anspruch nehmen. An dieser Stelle sollen sie das Publikum über alles aufklären und gemeinschaftlich ihre Waren zu vorher festgesetzten Preisen anbieten. Auch die Reparaturpreise können sie da bekannt machen. An solcher Stelle kann auch aller Schwindelreklame erfolgreicher entgegentreten werden, als wenn es ein einzelner übernimmt. Ist es ein kleiner Kreis von Kollegen, so genügt auch schon eine Viertelseite oder noch weniger; Hauptsache bleibt, daß derartige Annoncen und Veröffentlichungen regelmäßig erscheinen. Der einzelne wird ein regelmäßiges Annoncieren von größeren Annoncen im Jahr schwerer empfinden als ein Kreis von Teilnehmern. Eine derartige Annonce kann dann wie folgt aussehen:

Reklametext oder

Aufklärung des Publikums betr.

Unterschrift:

Die Vereinigung der gelernten Uhrmacher,

hierauf folgt jeder der betreffenden Teilnehmer mit seinem Namen und Firma.

Wenn's nicht viel hilft, so schadet es jedenfalls aber nicht, und wenn ich nur durch diesen Vorschlag Anregung zu einem noch annehmbareren gemacht habe.

Max Hohmann, Uhrmacher.

Der Kassierer, Kollege Hofmann berichtete, daß seit der letzten Sitzung die

Anzeigen-Prämie

in zwei Fällen und zwar nach Kemnat und Stadtamhof zur Auszahlung gelangt ist.

Mit kollegialem Gruß

Deutsche Uhrmacher-Vereinigung

Zentralstelle zu Leipzig

H. Wildner
Schriftführer.

Alfred Hahn
Vorsitzender.



Monogramme.

Von Carl Schnell, Frankfurt a. M.

„Der nachstehende Artikel ist zwar für Graveure geschrieben und in der „Deutschen Graveur-Zeitung“ erschienen, wir halten denselben aber auch für unsere Leser geeignet, da die Uhrmacher ein gutes Teil beitragen können, die Auswüchse in der Monogramm-Gravierung zu bekämpfen. Gleichzeitig nehmen wir Gelegenheit, wiederholt auf unser Vorlagenwerk „Monogramme und Dekorationen“ aufmerksam zu machen, welches in St. Louis mit der bronzenen Medaille ausgezeichnet wurde. Das entsprechende Diplom, welches uns kürzlich zugeschickt worden ist, bringen wir in der heutigen Nummer zur Anschauung. Ohne Überhebung können wir von unserem Werke sagen, daß es das praktischste und beste ist, welches bisher auf dem Gebiete existiert. Durch die Veranstaltung einer Volksausgabe haben wir es jetzt jedem Kollegen ermöglicht, sich die Monogrammvorlagen anzuschaffen, denn der Gesamtpreis beträgt nur 36 Mk. Außerdem kann das Werk in 66 wöchentlichen Lieferungen zu 50 Pfg. bezogen werden.“

Die Monogramme stellen sich als Erkennungszeichen und Handsiegel dar, welche so alt sind, wie unsre Kultur selbst. Bis in die weit zurückliegenden Epochen des klassischen Altertums können wir sie verfolgen, bald in naiver Formensprache auftretend, bald die höchsten Blüten der derzeitigen Stilperioden zum Ausdruck bringend. Jeder Wechsel dieser Stilperioden dokumentiert sich naturgemäß in der Darstellung der Monogramme und bis in die allerneueste Zeit haben sich, als herrliche Zeugen alter, von Kunst gesättigter und durchdrungener Zeitabschnitte der Weltgeschichte, Monogramme erhalten, um von berufenen Händen gesammelt und wieder erneut in den Dienst der Allgemeinheit gestellt zu werden. Wer mit Liebe die Anwendung der Monogramme in den ver-

schiedenen Stilepochen verfolgt, wird staunen, mit welcher enger Anpassungsfähigkeit die Verfertiger von Monogrammen in alter und ältester Zeit begabt waren. Bis in die geheimsten Tiefen des Stiles ihrer Zeit eindringend, spiegeln sie auch in der Wiedergabe dieser Signets das getreue Ebenbild ihres künstlerischen Zeitempfindens wieder. Weit strenger als es die Künstler unsrer Tage für nötig erachten, finden wir den Monogrammen ihren Zeitstil aufgedrückt und Stilwidrigkeiten wie sie unsre Zeit skrupulös zu produzieren geneigt ist, findet man nicht. Auf kunstgewerblichen Gegenständen, seien es nun Keramiken, Metall- oder Holzarbeiten, Werke der Buchkunst oder künstlerische Frauenarbeiten aller Gattungen und Provenienzen, finden wir diese Namenszüge stets in der Formensprache zum Ausdruck gebracht, die der Stil eben dieser Gegenstände erheischte und es darf nicht Wunder nehmen, daß diese Objekte in ihrer Ebenmäßigkeit des Aufbaues und der Durchführung tatsächlich wie Offenbarungen eines reinen, keuschen Kunstempfindens auf den Beschauer wirken.

Heute ist dieser einheitliche Zug nur noch in Kunstwerken höherer Gattung zu verspüren und in Werken, welche der großen Allgemeinheit dienen nur noch wenig mehr hiervon zu finden. Das Publikum unsrer Zeit ist nicht allein gewöhnt, künstlerischen Maßstab an solche Objekte zu legen — nein, ist auch geradezu nicht fähig, in dieser Sache ein Urteil abzugeben. Man beobachte nur einmal die Anwendung der Monogramme, wie sie heute überall gang und gäbe ist, nirgends eine Einheit, nirgends wohlthuendes Verständnis, wohl aber vielfach geradezu grasse Regellosigkeit, gänzlich unkünstlerisch wirkende Zusammenstellungen. Auf Bestecken klassischer Formen machen sich sogenannte moderne oder