

Leipziger Uhrmacher-Zeitung

Organ der Deutschen Uhrmacher-Vereinigung, Zentralstelle zu Leipzig

des Verbandes Elsaß-Lothringischer Uhrmacher, der Freien Innung für das Uhrmachergewerbe im Stadt- und Landkreis Bielefeld, der Zwangsinnung der Uhrmacher, Goldschmiede und Optiker zu Bochum, der Zwangsinnung für das Uhrmacher-, Gold- und Silberarbeiter-Handwerk des Kreises Iserlohn und der Uhrmacher-Vereinigung zu Stendal.

Abonnements- und Insertions-Bedingungen siehe auf dem Titelblatt.

Telegramm-Adresse: Uhrmacher-Zeitung Diebener, Leipzig.

Fernsprech-Anschluß Nr. 2991.

Nachdruck ist nur nach vorheriger Vereinbarung unter genauer Quellenangabe gestattet!

Nr. 13

Leipzig, 1. Juli 1907

14. Jahrg.

Deutsche Uhrmacher-Vereinigung, Zentralstelle zu Leipzig.



Am 17. Juni fand die monatliche Sitzung der Zentralstelle im Hotel „Herzog Ernst“ statt. Erschienen waren die Mitglieder Herren Friedrich, Hahn, Herrmann, Hofmann, Magdeburg, Scheibe, Scholze, Wacker und Wildner.

Vor dem Eintritt in die Tagesordnung machte der Vorsitzende Mitteilung von dem Ableben der Gattin des Kollegen Schneider, und widmete der Verstorbenen, die an unseren außergeschäftlichen Zusammenkünften immer gern teilgenommen hatte, einige herzliche Worte. Die Mitglieder erhoben sich zum Zeichen der Trauer von ihren Plätzen.

Zur Besprechung gelangte dann eine Anregung der Uhrmacher-Genossenschaft in Brünn, zwecks Eindämmung der Versandgeschäfte die

Kataloge mit einer Steuer zu belegen.

Wir waren durch die Vermittelung der Handwerkskammer zu Oppeln über diesen Vorschlag um eine Äußerung ersucht worden und haben darauf der Kammer mitgeteilt, daß uns eine Stempelung der Kataloge, bzw. deren Besteuerung, nicht als zweckmäßig erscheint. Als besten Weg für die Bekämpfung der Versandgeschäfte erachten wir die Aufklärung des Publikums durch Wort und Schrift, wie wir diese seit Jahren betrieben haben, und durch die Begründung der Garantiegemeinschaft noch intensiver auszuüben gedenken. Wir haben den Kollegen in Mähren empfohlen, sich diesen Bestrebungen anzuschließen.

Die gleiche Bitte richten wir hiermit an alle Kollegen und Mitglieder in folgender Angelegenheit. Vor einigen Wochen beschäftigten wir uns kritischer Weise mit der

Nomos-Uhrgesellschaft

Guido Müller & Co. in Glashütte i. Sa. Wir haben jetzt Gelegenheit gehabt, den Katalog der Firma einzusehen, und empfehlen dringend jedem Uhrmacher, sich diese hochelegant ausgestattete Broschüre gratis und franko schicken zu lassen. In ihren Bezugsbedingungen sagt die Nomos, daß sie ihre Uhren auch durch die besseren Uhrmacher liefert, und ist es schon deshalb Pflicht jedes Kollegen, sich mit den Uhren durch den erwähnten Katalog bekannt zu machen. Außerdem wird jeder Leser aber gar manches aus dieser Broschüre, „Die moderne Taschenuhr“ betitelt, lernen

können und von der eigenen Anschauung ein viel besseres Bild erhalten, als wir es selbst durch die ausführlichste Besprechung des Inhaltes geben könnten. Im übrigen behalten wir uns eine Würdigung des Buches noch vor.

In letzter Zeit mehren sich bei uns die Klagen über die

Prämienuhren,

was wir als ein Zeichen der bedeutenden Ausdehnung dieses Unfuges erkennen. Hoffentlich haben die von uns unterstützten Bestrebungen des Trustabwehr-Ausschusses (vgl. Bericht in Nr. 7 d. Jahrg.) baldigen Erfolg. Ein gutes Zeichen dafür sind die neuerlichen Anstrengungen, welche die Materialwarenhändler gegen das Zugabeunwesen machen. Wir entnehmen darüber der „Kolonialwaren-Zeitung“ folgende Zuschrift:

„Daß sich mit vereinten Kräften sehr viel erreichen läßt, hat wiederholt der Verband der Fabrikanten von Markenartikeln bewiesen. Während noch vor ein paar Jahren mit Markenartikeln so sehr geschleudert wurde, daß die meisten Detaillisten an ihnen nicht nur nichts verdienten, sondern oft noch Geld zulegten, ist schon heute eine gewaltige Besserung eingetreten. Es sei hier nur an Kathreiners Malzkaffee, Dr. Oetkers Backpulver, Henkels Bleichsoda erinnert.

Mit Vorliebe führen heute die einsichtigen Detaillisten solche Marken, deren Verkaufspreise durch den Verband der Fabrikanten von Markenartikeln geschützt sind. Nur durch den Zusammenschluß der Fabrikanten ist dies erreicht worden. Wäre es nun nicht auch an der Zeit, daß auch die Detaillisten sich verbänden, um einem Uebel ein für allemal ein Ende zu machen, das ihnen auf die Dauer nur großen Nachteil bringen kann? Es ist hiermit das Zugabe- oder Bonverfahren gemeint. Immer wieder wird von solchen Fabrikanten, die selbst nichts einführen, sondern nur nachmachen können, versucht, alte bewährte Markenartikel zu verdrängen, dadurch, daß dem Publikum bei Einsendung von so und so viel Bons ein Gratisgeschenk versprochen wird. Merkt der Detaillist denn nicht, daß zuguterletzt er die Zeche bezahlen muß? Verlockend zwar ist es für ihn, daß er anfangs den Artikel, auf den Zugabe versprochen wird, auch billig einkaufen kann. Nachdem er sich jedoch Mühe gegeben hat, ihn einzuführen, tritt eines schönen Tages der Fabrikant an ihn heran und verlangt viel höhere Preise. Ein Fall liegt vor, wo ein Fabrikant in denjenigen Provinzen, wo er seine Waren durch Zugaben eingeführt hat, viel höhere Preise verlangt, als in anderen Teilen des Reiches, wo er sie erst einführen will. Und das Schönste dabei ist: der Detaillist muß die verlangte Erhöhung bezahlen! Er muß die Ware haben. Seine Kundschaft verlangt sie; sie hat angefangen zu sammeln und will auch weiter sammeln. Der Detaillist aber ist wieder einmal in seinem Verdienste geschmälert worden. Er bereut, den Artikel mit Zugabe eingeführt zu haben. Glücklicherweise er wenigstens für die Zukunft eine Lehre daraus zieht. Er muß sich selbst helfen. Er muß es machen, wie die Fabrikanten