



Leipziger Uhrmacher-Zeitung

Organ der Deutschen Uhrmacher-Vereinigung (Zentralstelle zu Leipzig), der
Garantiegemeinschaft Deutscher Uhrmacher, sowie verschiedener Innungen

Abonnements- u. Insertions-Bedingungen siehe Titelblatt • Nachdruck ist nur nach vorheriger Vereinbarung unter genauer Quellenangabe gestattet

Telegramm-Adresse: Uhrmacher-Zeitung, Diebener, Leipzig + Fernsprech-Anschluß Nr. 2991

Nummer 20

Leipzig, 15. Oktober 1911

18. Jahrgang

Deutsche Uhrmacher-Vereinigung (Zentralstelle zu Leipzig).

Wenn der Herbst beginnt, kommt die Zeit der Jagd auf die Dummen. Das ist eine Erscheinung von so großer Regelmäßigkeit, daß wir uns wundern würden, wenn es einmal anders wäre. Blättert man jetzt die Tageszeitungen durch, so findet man die Versandgeschäftsanzeigen mit den schwulstigen Versprechungen in ziemlicher Häufigkeit. Ganz besonders hat sich in dieser marktschreierischen Art seit jeher Emil Klucke, Suderode, ausgezeichnet. Früher verkaufte er Zigarren und schenkte eine Jockeleuhr dazu, jetzt hat er den Uhrenhandel als Hauptgeschäft erwählt und schenkt zu der Jockeleuhr drei Meter Stoff zu einem Anzug; alles für M. 8.60! Damit das Publikum ja in den Glauben gerate, etwas geschenkt zu bekommen, muß auch noch ein

Silbenrätsel

gelöst werden, das als Rätsel so albern ist wie diejenigen sein müssen, die nicht sofort erkennen, daß sie von Herrn K. nichts geschenkt erhalten. Es ist schade, daß sich noch ernste Tageszeitungen bereit finden, derartige Anzeigen zu veröffentlichen.

Die größere Rührigkeit der Versandhäuser sollte aber unseren Kollegen eine erneute Mahnung sein, das Publikum darauf aufmerksam zu machen, daß es

Uhren beim Fachmanne

am vorteilhaftesten kauft. Wir haben schon wiederholt empfohlen, daß sich die Uhrmachervereine und -innungen der Zeitungsreklame annehmen sollen, da eine gemeinsame Anzeige sehr gut wirkt und die Kosten für den einzelnen nicht so hoch werden. Die Innungen können auch den Auswüchsen der Reklamen ihrer eigenen Mitglieder entgegentreten; denn auf diesem Gebiete wird oft genug gesündigt. In Lübeck z. B. gibt ein Uhrmacher auf seine Reparatur-Schleuderpreise (Uhr reinigen 1 M.) noch 25% Rabatt und ein anderer sogar 50%! Daß solches Geschäftsgebahren dem Ansehen der Uhrmacher Schaden zufügt, ist unbestreitbar, und die Innung hat nicht nur das Recht, sondern die Pflicht, zur Wahrung der Standesehre mit allen Mitteln auf ihre Mitglieder einzuwirken, solche Schleuderangebote zu unterlassen. Als Auswuchs der Reklame muß es auch bezeichnet werden, wenn ein Uhrmacher ankündigt, daß jeder Käufer eines goldenen Trauringes mit

1000 M. gegen Unfall

für ein Jahr versichert wird. Ein derartiges Inserat wurde uns aus Odenkirchen eingeschickt.

Als vorbildlich für die Art, wie Innungen arbeiten können, geben wir nachstehend die Zeitungsnotiz bekannt, welche die Uhrmacher- und Goldschmiede-Zwangsinnung Tilsit in die dort erscheinenden Blätter bringen will.

Kaufet am Orte!

Nach der sommerlichen Stille beginnt für die Handel- und Gewerbetreibenden diejenige Zeit des regeren Geschäftsganges, welche oftmals für den Erfolg des ganzen Jahres von ausschlaggebender Bedeutung ist.

Der Landmann, der seine Ernte unter Dach und Fach hat, beginnt dieselbe in bare Münze umzusetzen und das alte Sprichwort „Hat der Bauer Geld, hat's die ganze Welt!“ ist auch heute noch ein wahres Wort. Gleich wie nun aber der Landmann nicht ohne Ärger zusehen würde, wenn andere den Boden, den er beackert hat, abernten, so sehen es auch die Geschäftsleute mit Bitterkeit, wenn ihnen der gewiß nicht allzu reichliche Verdienst durch auswärtige „Fabriken und Versandhäuser“ entzogen wird. Mit dem Beginn des regeren Geschäftsverkehrs stellen sich auch regelmäßig deren manchmal mit großen Raffinement zusammengestellte Preislisten und Inserate ein, und namentlich Ostpreußen ist es, welches mit großer Energie bearbeitet wird, jedenfalls weil man glaubt, daß Gott mit seiner besonderen Gabe, als welche die Dummheit oft bezeichnet wird, hier nicht gekargt hat.

In erster Reihe müssen natürlich solche Artikel herhalten, die von Laien nicht so leicht beurteilt werden können, Anzugstoffe, Fahrräder, Uhren, Goldwaren und ähnliches. Wer kann es z. B. einem Kleiderstoffe ansehen, ob derselbe nicht schon seine Auferstehung aus einem Kehrlichthaufen feiert, die moderne Technik erzeugt Maschinen, die alte Lumpen zerhadern, färben und frisch verspinnen. Wer kann es ferner einem Fahrrad oder einer Uhr ansehen, ob dieselben aus weichen minderwertigen Metallen hergestellt sind, die sich zwar leicht verarbeiten lassen, dafür aber auch in keiner Weise diejenigen Eigenschaften besitzen, welche diese Gegenstände erst wertvoll macht. Es gibt daher in diesen Artikeln auch Qualitäten, die sofort nach ihrer Fertigstellung an Pfandhäuser verkauft und von diesen quasi als verfallene Pfänder weiterverkauft werden. Die Käufer glauben dann, daß sie bedeutend billiger als beim Fachmann gekauft haben, aber daß sie ihr Geld für Schund wegwerfen haben, erkennen sie erst später, nachdem die endlosen Reparaturen beginnen. Welche Tricks ferner die