

## Ein nützliches Flugblatt

Wie in dem letzten Bericht der Uhrmacherinnung Bremen erwähnt, hat die Schutz- und Aufklärungsstelle für Handel und Gewerbe vor einiger Zeit ein Rundschreiben verbreitet, gegen das der Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein Klage erhob. Das Flugblatt und die daraus entstehende Klage ist auch für unsere Leser sicher von großem Interesse. Das Rundschreiben hatte folgenden Wortlaut:

„Werter Kollege! Wissen Sie es schon, daß Mitglieder Ihrer Familie beim Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein kaufen? Bedenken Sie nicht, daß Sie, wenn Sie es nicht hindern, das Solidaritätsgefühl verletzen, Ihre eigenen Kreise schädigen, sich selbst benachteiligen? Die Macht der Gesamtheit Ihrer eigenen Berufskollegen darf nicht untergraben werden. Diese Macht stützt auch Sie, hat gute und böse Zeiten überdauert. Wie lange wird aber die Größe des Konsum- und Wirtschaftsvereins andauern? Bricht er zusammen, dann sind von ihm schon zahlreiche Existenzen Ihrer Kollegen vernichtet. Besinnt Euch daher rechtzeitig auf Eure Pflichten. Wir fordern von Euch Solidarität. Klärt Eure Frauen und Kinder auf, kauft und laßt arbeiten nur beim Mittelstand, sorgt dafür, daß die Verkaufsstellen des Konsum- und Wirtschaftsvereins gemieden werden.“

Wegen dieses Rundschreibens erhob der Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein gegen die dortige Schneiderinnenzwangsinnung, die ebenfalls das Rundschreiben ihren Mitglieder zugestellt hatte, Klage beim Landgericht Bremen mit dem Antrage, „bei Meldung einer vom Gericht festzusetzenden erheblichen Geldstrafe die weitere Verbreitung der in dem Rundschreiben aufgestellten Behauptungen zu untersagen, wonach die Größe des Konsum- und Wirtschaftsvereins nicht mehr von langer Dauer sein werde, vielmehr mit seinem Zusammenbruch zu rechnen sei“. Außerdem hatte der Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein auch noch den Antrag auf den Erlaß einer entsprechenden einstweiligen Verfügung gestellt. Das Landgericht Bremen hat jedoch den Antrag auf Erlaß der einstweiligen Verfügung abgelehnt, die Klage abgewiesen und dem Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein die gesamten Prozeßkosten auferlegt, der gegen dieses Urteil keine Berufung einlegte, so daß es inzwischen rechtskräftig geworden ist. In der Urteilsbegründung wird darauf Bezug genommen, daß der Konsum- und Wirtschaftsverein sich als Konkurrenzunternehmen der Mitglieder der Schneiderinnenzwangsinnung betrachte, da er eine eigene Schneiderei innehat. In der Anzweiflung seiner Existenzbeständigkeit liege daher ein Verstoß gegen die Bestimmungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb.

Demgegenüber habe die Schneiderinnenzwangsinnung, obwohl sie den Sachverhalt an sich zugegeben habe, bestritten, daß eine Behauptung der von dem Konsum- und Wirtschaftsverein angeführten Art in dem beanstandeten Rundschreiben enthalten sei, daß es vielmehr nur eine Aufklärung der Gewerbetreibenden bezwecke, die in Unkenntnis der Verhältnisse ihre eigene Konkurrenz unterstützten. Die Frage „Wie lange wird aber die Größe des Konsum- und Wirtschaftsvereins andauern?“ bedeute in diesem Zusammenhange nichts weiter als einen Hinweis auf die vielen Gefahren des wirtschaftlichen Lebens, denen jedes geschäftliche Unternehmen ausgesetzt sei, und sei nicht anders aufzufassen als z. B. die Frage: Wer weiß, wie lange die Welt besteht? Das Gericht hat in der Fassung des oben wiedergegebenen Rundschreibens einen Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb nicht erblicken können. Aus dem Zusammenhange ergebe sich für jeden unbefangenen Leser, daß die Mitglieder der Beklagten durch das Rundschreiben auf die Macht der geschlossenen Organisation ihrer Berufsgenossen hingewiesen werden sollten. Die leichtere Vergänglichkeit der Klägerin, die als Einzelunternehmerin in weit höherem Maße den Krisen der Wirtschaft ausgesetzt ist, sollte dazu in Vergleich gesetzt werden.

Jedenfalls aber könne in dem Rundschreiben nicht die Verbreitung einer Tatsache gefunden werden, die geeignet ist, den Geschäftsbetrieb oder den Kredit der Klägerin zu schädigen. An keiner Stelle des Rundschreibens sei davon die Rede, daß aus irgendeinem bestimmten Anlaß ein Grund zum Mißtrauen in das Unternehmen der Klägerin gegeben sei. Eine solche Behauptung wäre auch, unter Berücksichtigung des Personenkreises, der als Empfänger des Rundschreibens in Frage komme, sinnlos gewesen. Die Mitglieder der Schneiderinnenzwangsinnung kommen ja nicht als Lieferanten und Kreditgeber der Bremer Konsum- und Wirtschaftsverein A.-G. in Betracht, sondern nur als Käufer und Kunden, denen die Vermögenslage der Gesellschaft gleichgültig sein könne. Es könne allerdings nicht zweifelhaft sein, daß die Versendung des Rundschreibens von der Schneiderinnenzwangsinnung „zu Zwecken des Wettbewerbes“ gegenüber dem Konsum- und Wirtschaftsverein erfolgt sei. Das darin angewandte Mittel, die Einwirkung auf das Standesbewußtsein und Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitglieder der Schneiderinnenzwangsinnung, könne jedoch nicht als unlauter oder unsittlich angesehen werden. Ebenso wenig sei dies die Aufforderung, die eigene Konkurrentin nicht durch den Einkauf bei ihr zu unterstützen.

# Sprechsaal

## Das unzerbrechliche Uhrglas

Der Artikel in Nummer 41 zwingt mich, als den deutschen Generalvertreter des amerikanischen Fabrikates, von dem die Rede ist, zu einigen Worten der Erwidern.

Vor allem möchte ich berichtigen, daß ich bisher — getreu den Traditionen des Uhrmachersgewerbes — noch nicht an einen einzigen „outsider“ meine Apparate und Gläser verkauft habe. Ebenso wenig wie ich in andern als reinen Fachgeschäften meine Reklame-Hammer-Apparate ausgestellt, vermietet oder verkauft habe. Mir ist auch nicht zur Kenntnis gelangt, daß von irgendeiner Konkurrenz diese Reklame in anderen Geschäften als Propaganda für unzerbrechliche Gläser benutzt werden soll.

Ich betone daher nochmals, daß von mir bisher auch noch nicht ein Nichtfachmann beliefert worden ist, daß ich sogar so weit gegangen bin, zwei sehr günstige Abschlüsse mit Warenhäusern abzulehnen mit Rücksicht auf die Fachkreise, denen das unzerbrechliche Glas einzuführen vorbehalten bleiben sollte.

Daß mir diese Methode des Vertriebes nicht die ungeteilte Anerkennung meiner amerikanischen Hintermänner eingetragen hat, versteht sich von selbst, und eine diesbezügliche Andeutung meinerseits mag wohl auch mit Veranlassung zu dem Artikel in Nummer 41 gewesen sein. Jedenfalls hat der Herr Verfasser die richtige Folgerung daraus gezogen, daß nämlich Amerika den Artikel durchsetzen wird, eventuell, indem man mir eine andere Verkaufstaktik aufzwingt, falls meine Methode nicht rasch zum Ziele führen sollte.

Daß es an sich leicht ist, den Artikel ins Publikum zu bringen, hat der Herr Verfasser ebenfalls richtig erkannt, denn das unzerbrechliche Glas verdankt ja sein Entstehen einem sehnlichen Wunsche der Kundschaft, die gern das kleinere Uebel des leichteren Zerkratzens in Kauf nimmt gegen das größere des ewigen Gläserbruchs.

Der Umstand aber, daß das unzerbrechliche Glas leichter zerschrammt als ein richtiges, sollte die Uhrmacher eigentlich mit diesem aussöhnen. Denn die Kundschaft läßt sich lieber nach einiger Zeit aus Schönheitsbedürfnis ein zerschrammtes Glas ersetzen als gezwungenermaßen ein zerbrochenes.

Ich hoffe und glaube, meine vorstehende Erklärung mit der Erwartung schließen zu können, daß sie den Fachkreisen das unzerbrechliche Glas und die Notwendigkeit seiner Einführung näher gebracht haben wird.

Erich Ritschel.

## Eine ernste Mahnung an unsere Lieferanten

Die Klagen über das Detaillieren unserer Lieferanten, Fabrikanten und Grossisten wollen nicht verstummen.

Wie oft wird eine Uhr zur Reparatur gebracht, bei deren Annahme mit mehr oder weniger freudigem Stolz man vom Besitzer gesagt bekommt, sie sei direkt gekauft. Ich lasse dann immer den Kunden ausreden, und durch einige scheinbar interesselose Fragen meinerseits erfahre ich gewöhnlich den Lieferanten. Ich betone, daß man durchaus nicht nur Namen von Außenseitern unseres Faches hört, sondern es werden auch Adressen von zum Teil wohlbekannten Firmen, die dem Grossistenverband angehören, genannt. Auf Wunsch des Kunden sagt man zum Lieferant nichts. Aber mit Aufträgen wird sofort Schluß gemacht! Außerdem muß dem Zentralverband Mitteilung gemacht werden.

Es ist bekannt, daß manche Lieferanten skrupellos Geschäfte mit Privaten machen und dann auch noch die Uhrmacher besuchen. Auf Vorhaltungen des Uhrmachers bringen sie dann die sonderbarsten Ausflüchte. Es ist eine große Zumutung, diese Märchen anhören und glauben zu sollen. Ja es gibt sogar Grossisten, welche dank mancher Kollegen, die nicht geweckt werden wollen, unsere endlich geschaffenen Centra-Uhren abfällig beurteilen.

Kollegen, seid doch endlich so vernünftig und stolz, daß ihr solchen Leuten gegenüber Rückgrat zeigt. Und unsere Lieferanten müssen daran denken, daß die Uhren, die sie verkaufen, der Uhrmacher nicht mehr verkaufen kann. Sie haben ihm den Verdienst weggenommen, und er kann natürlich dann auch nichts einkaufen. In den Messestädten haben wir auch noch an dem, allerdings von den Meßämtern verbotenen, Meßmusterverkauf zu leiden. Auf das kommende Weihnachtsgeschäft hin mögen sich unsere Lieferanten das merken. Sie graben sich selbst den Boden unter den Füßen weg. Nur durch Anerkennung unserer Rechte und Existenzberechtigung kann es für alle Teile unseres Faches besser werden.

Ein Großstadtkollege.

**Kleine Anzeigen,** Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**