

Verschiedenes

Die Uhrenzölle im französischen Zolltarifentwurf. Im neuen französischen Zolltarifentwurf sind bestimmte Änderungen vorgesehen. Die Ansicht bestätigt sich, daß die französische Regierung eine protektionistische Politik zu betreiben beabsichtigt. Dies geht aus den nachfolgenden vorgesehenen Tarifen am besten hervor: Minimaltarif ad valorem: Gold- oder Platinuhren 15%, Silberuhren, versilberte und vergoldete Uhren 20%, Metalluhren 25%, Gold- und Platinuhrgehäuse 10%, silberne, versilberte und vergoldete Uhrgehäuse 20%, Metalluhrgehäuse 25%, Uhrwerke je 1 kg 10%. Die Ansätze des Maximaltarifes sind dreimal so hoch als diejenigen des obenstehenden Minimaltarifes. Dieselbe schutzzöllnerische Tendenz geht aus den beabsichtigten Zollsätzen nach dem Gewicht hervor. Es sollen deutsche Uhrwerke im Gewicht von mehr als 500 g, gleichgültig, ob mit oder ohne Holzkasten, und die Furnituren und Einzelteile mindestens mit 28,75 Fr. das Kilo im Durchschnitt belastet werden. Es ist allerdings zu bemerken, daß die französische Regierung in dem Zolltarifentwurf vorgesehen hat, daß die Ansätze bei Abschluß von Handelsverträgen revidiert werden können.

Die beabsichtigte Vertrustung der Uhrenindustrie. Die Besprechungen über eine Trustbildung in der Uhrenindustrie sind, wie die Tagespresse erfährt, wieder aufgenommen worden. Man ist sich bereits darüber einig, daß eine neue Gesellschaft gegründet werden soll, ohne daß es bisher möglich ist, über die Höhe des voraussichtlichen Kapitals dieser neuen Gesellschaft ein abschließendes Urteil zu bilden, da man zur Zeit damit beschäftigt ist, den inneren Wert der einzelnen Betriebe einer eingehenden Prüfung zu unterziehen. Ende dieses Monats wird eine ernannte Besprechung der Interessenten stattfinden.

Reichsgericht und Zugabeunwesen. Am 23. Dezember 1926 hatte sich das Reichsgericht mit einem Falle zu befassen, der das Aufschlagen der Zugabe auf den Verkaufspreis betrifft. Es handelt sich darum, daß eine Firma eine Ware zu 32 Pf. an Wiederverkäufer und zu 40 Pf. an das Publikum verkauft, wogegen die Ware gleicher Güte und Menge 37 bzw. 45 Pf. kostet, wenn jeder Packung ein Gutschein beigegeben ist, in welchem gesagt wird, die Firma gebe die Gutscheine „anstatt teurer Zeitungsreklame“, mit dem Zusatz: „Also Werte statt Worte“. Für eine gewisse Zahl wieder abzuliefernder Gutscheine wurden Gebrauchsgegenstände verschiedener Art versprochen.

Das Schöffengericht sprach die Firma auf die Anklage aus § 4 des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb frei; dieses Urteil wurde angefochten. Das Reichsgericht kam zu etwa folgendem Spruche:

Das Versprechen und Gewähren von Zugaben im kaufmännischen Geschäftsverkehr stellt sich nicht ohne weiteres als unlauteres Geschäftsgebahren dar, es kann aber sehr wohl den Tatbestand eines unlauteren Wettbewerbs erfüllen. Maßgebend für diese Ansicht ist das Reichsgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, welches über die Rabattgewährung, insbesondere in der Form von Sachzugaben oder Gutscheinen, keine besondere Vorschrift enthält, weil auf Grund der bis dahin vorliegenden Erfahrungen eine sichere Abgrenzung zwischen den einwandfreien und den geschäftlich verwerflichen Formen der Rabattgewährung sich nicht feststellen lasse. Eine allgemeine Grenze gibt es jedoch insofern, als sich jeder ehrbare Kaufmann davon fernhalten muß, in dem Kunden unrichtige Vorstellungen über den Inhalt seines Angebots zu erwecken. Der § 4 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb setzt voraus, daß der betreffende Kaufmann in seiner Mitteilung an das kaufende Publikum Angaben über die Umstände seines Angebots macht, die 1. wissentlich unwahr, 2. zur Irreführung geeignet, und 3. von der Absicht eingegeben sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen.

Die wissentlich unwahre Behauptung erkennt das Reichsgericht in der Ankündigung, das Publikum erhalte die Hauptware einschließlich der Zugabe zum üblichen Preise der Hauptware. Daß alle Spesen, also auch die Reklamespesen, in den Preis der Ware einkalkuliert werden müssen, ist selbstverständlich. Ausschlaggebend nach dem Urteil des Reichsgerichts ist vielmehr, ob der Verkäufer seine Ware mit Zugabe zu einem Preise verkauft, der sich innerhalb der Grenzen hält, in denen Waren gleicher Art und Güte von Geschäften ähnlichen Ranges am gleichen Platze zur selben Zeit verkauft zu werden pflegen. Das ist im vorliegenden Falle zu verneinen, daher machte die Firma durch das Versprechen, „Werte statt Worte“ zu liefern, eine wissentlich unwahre Angabe, die geeignet war, das Publikum irreführen zu lassen. Das Tun der Angeklagten ist von der Absicht ausgegangen, den Anschein eines — gegenüber den Mitbewerbern — besonders günstigen Angebots hervorzurufen.

Das Reichsgericht gab aus diesen Gründen der Revision statt. **Wer kennt die Adresse** des Uhrmachergehilfen Ernst Fleischhauer, bisher Leipzig? Mitteilungen wolle man an die Schriftleitung richten.

Markenpropaganda im Uhrengewerbe. Wie vorauszusehen war, hat die Markenreklame der „Alpina“ die übrige Markenpropaganda auf der ganzen Linie ausgelöst. Es erscheinen gegenwärtig in den großen Tageszeitungen Anzeigen der „Longines“, „Eterna“, „Zenith“. Die „Omega“ wird in der nächsten „Berliner Illustrierten Zeitung“ eine ganzseitige Anzeige für Omega-Uhren veröffentlichen.

Erfolge der Firma Junghans auf der Wiener Messe. Die „Neue Freie Presse“ (Wien) schreibt in der Nummer vom 16. März: Eine der interessantesten Expositionen auf der Wiener Messe ist die Ausstellung der Gebrüder Junghans in Wien, 7. Bezirk, Hermannsgasse 8, die zum Konzern der größten Uhrenfabriken der Welt, der Gebr. Junghans-A.-G. in Schramberg (Württemberg), gehört. Neben den weltbekannten und geschätzten Schramberger Erzeugnissen zeigt die Firma Regulatoren und Küchenuhren, die dem Wiener Geschmack Rechnung tragend, bei den ausländischen Besuchern weitestgehendes Interesse finden. Ueber die Leistungsfähigkeit der Junghans-Werke geben einige Ziffern den besten Aufschluß: Täglich verlassen 15000 Uhren die Produktionsstätten, in denen nicht weniger als 7000 Arbeiter beschäftigt sind. Durch die Tatkraft und Umsicht der kaufmännischen und technischen Leiter dieses Konzerns — deren Vater das Verdienst geführt, die Groß- und Weckeruhrenindustrie in Deutschland eingeführt und auf diese gewaltige Höhe gebracht zu haben — wurde auch die Taschenuhrfabrikation so weit ausgestattet, daß die Taschenuhr mit der „Stern-Marke“ heute jede Konkurrenz erfolgreich aufnehmen kann. Auf der ganzen Welt kennt das Publikum diese, auch bildlich genommen, in der Uhrenbranche einzig dastehende Marke, für deren hervorragende Qualität die eigenen Rohstoffwerke bürgen. Lebhaftige Beachtung findet der neueste Junghans-Wecker „Bravo“, welcher sicherlich berufen ist, von jetzt ab den Weckermarkt zu beherrschen.

Eine belgische Firma boykottiert deutsche Waren. In einer der belebtesten und elegantesten Straßen Brüssels, 47 Avenue Louise, in der Schaufensterauslage der Gold- und Schmuckwarenhandlung Ed. Vandenhove et Fils befindet sich an sichtbarer Stelle ein Schild mit der Aufschrift: „Nous n'achetons ni vendons aucun produit de l'origine allemande.“ („Wir kaufen und verkaufen keine Erzeugnisse deutschen Ursprungs.“)

Rückgang des Interesses an der Konsumfinanzierung. Die Tageszeitungen melden, daß in der Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer Stuttgart der Vorsitzende des Einzelhandelsausschusses des Württembergischen Industrie- und Handelstages über die Entwicklung der Konsumfinanzierung in Württemberg berichtete. Nach seinen Ausführungen hat die Kaufkredit-G. m. b. H., deren Hauptstelle sich in Berlin befindet, durch ihre württembergische Niederlassung so wenig Aufträge hereinholen können, daß Auflösung dieser Filiale erfolgen soll. Es wäre nur zu wünschen, wenn volkswirtschaftliche Einsicht die Käufer vor Abschlüssen mit Konsumfinanzierungsinstituten zurückhält, da letzten Endes nur Nachteile hiermit verbunden sind.

Zur Frage der Kalenderreform. Der von der Kommission des Völkerbundes für das Verkehrswesen eingesetzte Unterausschuß für die Kalenderreform hat seine Arbeit abgeschlossen. Ueber die Festlegung des Osterfestes auf den Sonntag, der auf den zweiten Sonntag im April folgt, besteht, im Gegensatz zu allen übrigen Vorschlägen zu der Kalenderreform, vollkommene Einigkeit. Doch bis zur Durchführung dieser Reform werden noch viele Jahre vergehen. Auch ist nicht zu befürchten, daß die Neuerung überraschend eingeführt wird und dadurch wirtschaftliche Interessen gefährdet werden könnten.

Einbruchsdiebstahl. In Parchim wurde bei dem Kollegen Haase in der Nacht vom 7. zum 8. März ein Einbruch verübt und Gegenstände im Werte von nahezu 5000 Mk. gestohlen. Da der Kollege H. mit seiner Familie ganz oben im Hause schläft, hat niemand etwas von dem Einbruch gemerkt. Vorsichtigerweise pflegt der Kollege die besonders wertvollen goldenen und silbernen Taschenuhren an jedem Abend aus dem Laden mit nach oben zu nehmen, sonst wäre vielleicht der Schaden noch größer gewesen. Die von der Polizei unter Anwendung von Polizeihunden betriebenen Nachforschungen nach dem Täter haben bisher zu keinem Ergebnis geführt.

Ein Schwindlertrick. Ein Mann „kaufte“ kürzlich bei einem Münchener Kollegen eine goldene Herrenankeruhr Nr. 80757, eine goldene Armbanduhr mit schwarzem Riemenband und eine Double-Uhrkette für zusammen 240 Mk. und ließ sich die Waren in sein Zimmer an der Nymphenburger Straße bringen, das er tags vorher gemietet hatte. Er nahm dort die Gegenstände in Empfang, verließ damit unter irgendeinem Vorwand das Zimmer und verschwand aus der Wohnung. Der Betrüger, der sich fälschlich als Angestellter Münchener Zeitungsverlage ausgibt, hat ein Alter von etwa 25 Jahren, ist mittelgroß, schlank, hat längliches Gesicht, blonden Schnurrbart und dunkle Haare.

Annaberg i. Erzgeb. Herr Kollege Ernst Jahn feierte sein 40jähriges Geschäftsjubiläum.

Auerbach i. V. Herr Kollege Otto Leidhold sen. feierte das Fest der goldenen Hochzeit.