

am meisten beteiligt. Von der Einfuhr von rohen Uhrengehäusen haben die Zufuhren von rohen Uhrengehäusen aus Silber stärker zugenommen, wenigstens der Menge nach, die Werte sind zurückgegangen. Bedeutend abgenommen hat der Import von rohen Uhrengehäusen aus Gold. Für diese beiden Waren war Frankreich mit wenigen Ausnahmen Alleinlieferant. Eine erhebliche Zunahme hat die Einfuhr an fertigen Uhrengehäusen aus Nickel u. dgl. aufzuweisen, wobei von den im ersten Quartal 1927 eingeführten 36302 Stück allein 31459 Stück aus Deutschland geliefert wurden. Ebenfalls stark vermehrt haben sich die Ankünfte an Taschenuhren; es handelte sich dabei um Taschenuhren in Nickel- u. dgl. Gehäusen, die von Frankreich eingeführt wurden.

Die Ausfuhr von Schweizer Uhrwaren setzte sich im ersten Vierteljahr 1927 aus folgenden Mengen und Sorten zusammen:

	1927		1926	
	Menge dz	Wert Fr.	Menge dz	Wert Fr.
<b>Vorgearbeitete Bestandteile und Rohwerke von Standuhren . . . . .</b>	3,86	8 777	3,75	8 210
<b>Fertige Bestandteile von Standuhren . . . . .</b>	38,38	88 242	57,42	159 727
Turmuhren . . . . .	8,08	9 786	8,27	7 545
Stand- und Wanduhren . . . . .	74,62	224 226	104,42	252 495
Wecker . . . . .	5,95	30 526	8,95	53 599
<b>Vorgearbeitete Bestandteile und Rohwerke von Taschenuhren . . . . .</b>	66,62	1 092 499	92,71	1 051 369
<b>Andere fertige Bestandteile von Taschenuhren . . . . .</b>	199,22	2 908 653	190,50	2 353 707
	Stück		Stück	
<b>Fertige Werke von Taschenuhren . . . . .</b>	1 024 909	13 806 584	1 105 079	15 405 586
Uhrgehäuse, roh, aus Nickel usw. . . . .	59 658	33 315	84 418	54 973
Uhrgehäuse, roh, aus Silber . . . . .	3 381	11 690	13 829	27 141
„ „ „ Gold . . . . .	106	2 176	312	2 678
Uhrgehäuse, fertig, aus Nickel usw. . . . .	249 722	435 896	210 675	429 003
Desgl., aus Silber . . . . .	29 945	181 063	34 894	218 124
„ „ Gold . . . . .	22 281	570 107	22 252	677 828
Taschenuhren aus Nickel usw. . . . .	1 290 266	7 918 805	1 463 979	9 839 612
Taschenuhren aus Silber . . . . .	128 472	2 580 911	179 217	3 509 716
„ „ Gold . . . . .	52 133	3 965 278	49 198	4 146 485
Chronographen . . . . .	12 861	476 230	13 422	550 652
Armbanduhren, aus Nickel . . . . .	458 432	3 896 570	479 642	4 052 105
Armbanduhren aus Silber . . . . .	132 362	1 840 611	114 888	1 723 391
„ „ Gold . . . . .	139 807	5 913 591	149 075	6 374 905
Chronographen . . . . .	198	27 445	53	7 651
<b>Andere Uhren mit Taschenuhrwerk, mit Gehäusen aus Nickel . . . . .</b>	65 682	1 158 248	78 724	1 330 350
<b>Desgl., mit Gehäusen aus Silber . . . . .</b>	2 737	1 12 953	2 232	96 443
<b>Desgl., mit Gehäusen aus Gold . . . . .</b>	235	54 821	49	29 006

Stärker abgenommen hat gegenüber dem ersten Vierteljahr 1926 im vergangenen Quartal der Versand an Stand- und Wanduhren und an fertigen Bestandteilen zu Standuhren, für welche beide Warengruppen Großbritannien, Italien, Frankreich und Polen Hauptabnehmer waren. Auch die Ausfuhr an Taschenuhren und Gehäusen hat nachgelassen. Während in den ersten drei Monaten 1926 noch 4001928 Stück exportiert wurden, kamen im Januar bis März 1927 nur noch 3674187 Stück zur Ausfuhr. Stärker abgenommen hat besonders die Ausfuhr von Taschenuhren aus Nickel und Silber. Als Abnehmer für Taschenuhren kamen fast alle Länder in Betracht, wobei die Vereinigten Staaten, Großbritannien, Deutschland und Japan an der Spitze standen. Der Gesamtexport an Großuhren und Uhrwaren belief sich im ersten Vierteljahr 1927 auf 396,73 dz = 4362709 Fr. gegen 464,42 dz = 3886652 Fr. im Vorjahre.

## Bekanntmachungen der Verbandsleitung

**Hausierhandel in Eisenbahn-Diensträumen.** Bekanntlich hat die Reichsbahn-Hauptverwaltung jeden Hausierhandel sowie das Aufsuchen von Sammelbestellungen in ihren Diensträumen verboten. Die wiederholten Versuche von Versandgeschäften, z. B. der Firma Költzsch (Dresden), durch angestellte Vertreter weiterhin Sammelbestellungen bei den Beamten aufsuchen zu lassen, werden von unserem Zentralverband systematisch unterbunden, indem jeder einzelne uns bekanntgegebene Verstoß den Anlaß zu einer ausführlichen Beschwerde bildet, die eine Bestrafung der schuldigen Beamten fordert. In einem solchen Falle teilt uns jetzt die Reichsbahndirektion Stettin wie folgt mit:

„Im Auftrage der Hauptverwaltung der Deutschen Reichsbahn-Gesellschaft teilen wir Ihnen auf Ihre Beschwerde gegen den Hausierhandel auf den Bahnhöfen Stralsund, Stralsund Hafen, Swinemünde, Altefähr und Saßnitz durch Reisende Firma Költzsch ergebenst mit, daß wir Vorsorge getroffen haben, um eine Wiederholung derartiger Vorkommnisse in den Diensträumen zu verhindern. — Die Dienststellenleiter sind zur Rechenschaft gezogen. Lagatz.“

Die Kollegen wollen daher im eigenen Interesse zur Aufklärung bei den Eisenbahn-, Postbeamten usw. beitragen und uns jeden Fall eines solchen verbotenen Beamtenhandels umgehend nach Halle melden.

**Wir sind umgezogen,** unsere neue Adresse lautet: Königstraße 84; unsere neue Telegrammadresse: Uhrverband. Briefe mit der früheren Adresse erleiden Verzögerungen!

**Verlorengegangene Furniturenausweiskarte.** Die auf den Namen des Kollegen Wagenknecht in Donauwörth ausgestellte Furniturenausweiskarte Nr. 1854 ist in Verlust geraten und wird hierdurch für ungültig erklärt.

### Zentralverband der Deutschen Uhrmacher

(Einheitsverband)

Geschäftsstelle Halle (Saale), Königstraße 84

# Sprechsaal

## Lupe und Werkfisch oder Bleistift und Ladenkasse!

In dem Sprechsaalartikel: „Es streiten sich die Leut' herum“ habe ich weitere Ausführungen und Anregungen in Aussicht gestellt, sie sollen heute folgen. Es gibt vielerlei Reklame: die Anzeige in der Zeitung, der Werbebrief, die Empfehlung der guten Arbeit durch den zufriedengestellten Kunden, die Aufmachung des Fensters usw. Das einzelne allein wird nie den erwünschten Erfolg bringen. Durch das Inserat, welches in den Tageszeitungen zum Kauf von Uhren, Schmucksachen usw. auffordert, wird das Publikum erst einmal für die betreffenden Artikel interessiert. Es wird auch ohne weiteres, sofern es Bedarf hat, erst einmal zu dem Fenster desjenigen Uhrmachers wandern, der durch sein Inserat in ihm den Wunsch zum Besitze des betreffenden Gegenstandes geweckt hat. In unzähligen Fällen jedoch wird dieser Kunde nicht bei diesem Inserenten kaufen, sondern erst zu den Fenstern der anderen Kollegen pilgern und dort Umschau nach den gesuchten Artikeln halten. Zuerst bestimmt wohl die Absicht, billig zu kaufen, das Publikum zu dieser Handlungsweise. Beim zweiten oder dritten Fenster ist dieser erst allein ausschlaggebende Faktor nicht mehr so wichtig geworden, und der Kunde achtet in den folgenden Fenstern mehr darauf, wie sich ihm der von ihm zu kaufende Artikel in den neuen Fenstern zur Schau stellt. Er ist bei einem Fenster entzückt über die Uebersichtlichkeit der zur Schau gestellten Waren. Die Sauberkeit der Gegenstände tat sein übriges, und der Kunde, der erst Preise kaufen wollte, tritt ein und kauft Ware, ohne aber besonders auf den billigen Preis zu sehen. Jedem Kollegen ist es finanziell nicht möglich, Zeitungsreklame zu machen, denn diese wirkt nur dann, wenn sie dauernd wiederholt wird, und dann wird sie mit der Zeit zu kostspielig. Die Sorgfalt in der Zurschaustellung der Waren im Schaufenster, der Visitenkarte des ganzen Geschäftes, ist aber so gut wie mit keinen Unkosten verbunden wie mit dem Fortlegen der Lupe auf wenige Stunden. Gerade die Artikel unserer Branche sind am besten dazu angetan,