

des gesamten Standes! Frisch ans Werk, Kollegen, heraus aus der bisherigen Lethargie, weg mit dem alten Zopf; kaufmännisch gehandelt, anderen Branchen nicht nachgestanden! (V/229)
M. A. C.

Wer da säet, der wird auch ernten! Weihnachten steht vor der Tür, das Erntefest des Uhrmachers, und jedem Kollegen ist es wünschenswert, daß bei diesem Ernten auch seine Scheffel recht gefüllt werden möchten. Aber wie die Ernte des einzelnen ausfällt, das liegt daran, wie er seine Saat ausstreut. Kümmerliche Saat auf magerem Boden hat noch nie eine gute Ernte gebracht, aber viel Unkraut erzeugt. Und wenn noch der gute Dünger fehlt, dann ist alle Mühe und Arbeit umsonst. Diese Worte von Saat und Ernte, auf unseren Beruf übertragen heißt: Gebt dem Zentralverband die Mittel an die Hand, damit er mit der Gemeinschaftsreklame den Boden für unser Weihnachtsgeschäft gut vorbereiten kann, welches dem Uhrmacher entgegenwachsen soll, besser und schöner, als er es je gedacht hat. Die Zeit hat sich auch für den Uhrmacher geändert. Es genügt nicht mehr, daß der Uhrmacher ein Schaufenster besitzt, in welchem

er einige schöne Sachen ausgestellt hat, und er nun wartet, bis ein Käufer kommt. Nein, hinausrufen muß er, daß er etwas zu verkaufen hat, einhämmern muß er dem Publikum, daß der junge moderne Mann nicht mehr mit der alten Uhr des Großvaters in der Tasche herumlaufen darf, daß das elegante junge Mädchen ohne Armbanduhr eine Unmöglichkeit ist. Den Wunsch muß er wachrufen, die Sehnsucht wecken nach den herrlichen Sachen des Uhrmachers und so die Kauflust reizen. Und was gibt es dazu Besseres und Billigeres, als wenn der Zentralverband mit den geringen Beiträgen von 10000 Uhrmachern in den weitestverbreiteten Zeitungen, die auch im kleinsten Dorf gelesen werden, den Boden bereiten und den guten Dünger ausstreuen kann, in welchen dann der Uhrmacher seine Saat in Form von Anzeigen in seinem Ortsblatte ausstreut? Die Ernte wird dann ganz gewiß eine sehr gute sein!

Darum, deutsche Uhrmacher, verschließt euch dem großen Gedanken der Gemeinschaftsreklame nicht länger, schmeißt den alten Adam der Eigenbrödelei ins Fegefeuer und schließt euch freudig dem Werke des Zentralverbandes an, an eurem Weihnachtsgeschäft werdet ihr es merken! Gebt zur Gemeinschaftsreklame, gebt gern und gebt schnell! (V/228) F.

Verschiedenes

Übles Geschäftsgebaren. In dem Schaufenster eines Juweliers in Köln waren ein Paar Diamantohrringe als „Seltener Gelegenheitskauf“ zu 450 Mk. angepriesen. Ein Bildhauer und seine Frau sahen sie, und die Frau wußte ihren Mann zu bereden, sich im Geschäft näher nach den Schmuckstücken zu erkundigen. Das bedienende Lehrling rief die Besiegerin, und die pries mit vollem Mund die Wohlfeilheit gerade dieses Stückes, das einen wirklichen Wert von 700–750 Mk. habe und an dem sie schon viel Geld verloren hätten. Der Kauf ward denn auch beschlossen und die Abnahme zum kommenden Ersten zugesagt. Nach wenigen Tagen schon schrieb der Käufer, daß er wegen Familienunglücks und geschäftlicher Schwierigkeiten von dem Kauf zurücktrete. Die Geschäftsinhaberin aber bestand auf der Abnahme und setzte sie auch im Klagewege durch. Nun hatte aber der Käufer die Ohrringe abschätzen lassen und den wahren Wert von 250 Mk. erfahren. Er erstattete nun Anzeige wegen Betrugs, da er 450 Mk. zahlen mußte und durch die Angabe, sie seien 700–750 Mk. wert, zum Kauf veranlaßt worden war. In der Gerichtsverhandlung stritt die Geschäftsfrau zwar ab, diesen hohen Wert genannt zu haben und wollte auch nicht so viel Sachkenntnis besitzen, um die Forderung von 450 Mk. als noch zu hoch erkannt zu haben. Das Gericht aber sagte mit Recht, als langjährige Gehilfin ihres Mannes habe sie zum mindesten erkennen müssen, daß der Wert von 750 Mk. stark überseht gewesen sei, und daß sie mit dieser schwindelhaften Behauptung dem Käufer bewußt falsche Angaben gemacht, sich also des Betrugs schuldig gemacht habe. Das Urteil lautete auf 100 Mk. Geldstrafe oder 10 Tage Gefängnis. (VI 1/796)

Es ist erreicht! Wir lesen in der Zeitschrift des Deutschen Sprachvereins folgende zutreffende Bemerkungen: Als ich neulich im Laden der Firma J. A. Henckels ein Messer mit nicht rostender Stahlklinge kaufte, machte mich der Verkäufer darauf aufmerksam, daß jetzt nicht mehr „nicht rostend“ auf den Klingen zu lesen sei, sondern „Noxida“.

Daß wirklich seit ungefähr sechs bis sieben Jahren Henckels in Solingen auf den Klingen aus nicht rostendem Stahl „nicht rostend“ einstanzte, wird manchen Kenner deutscher Art und Sitten verwundert haben. Verständlicher, deutscher ist es schon, wenn eine andere Firma dafür „nirosta“ aufprägt. Endlich hat auch das Haus Henckels die Erleuchtung gehabt, die schlichte deutsche Bezeichnung „nicht rostend“ durch das vielsagende Wort „Noxida“ oder „noxida“ zu ersetzen. Geht man nun den Gründen nach, so scheinen von vornherein drei möglich: entweder wird irgendwo im Ausland nicht rostender Stahl mit „Noxida“ bezeichnet, oder das Wort ist aus irgendwelchen Bestandteilen ausländischer Sprachen zusammengesetzt, oder es hat gar keinen Sinn. Die ausländischen Bezeichnungen für nicht rostenden Stahl kenne ich nicht, beherrsche auch nicht so viele fremde Sprachen, daß ich die Herkunft von „Noxida“ sinnvoll ableiten könnte. Doch vermute ich wohl mit Recht, daß das neue Wort eine ganz sinnleere Neubildung ist. Damit würde dann der Deutsche einer

anderen Tugend, deren er ja so viele hat, gerecht: anstatt eines klaren Begriffes in deutscher Bezeichnung ein neues unklares, sinnleeres Wort zu besitzen, das aber gut ausländisch klingt. Und jetzt ist alles in Ordnung. Man wird wohl erwarten können, daß die Firma J. A. Henckels in Solingen demnächst auch ihren Namen „Zwillingswerk“ in irgendein Kauderwelsch verbessert!). (VI 1/812) W. M.

Plakate hängen lassen! Die Plakate, die während der Werbewoche für Deutschen Schmuck vom 27. November bis 3. Dezember hängen, dürfen mit Ablauf der Werbewoche nicht weggenommen werden, sondern müssen mindestens bis Weihnachten hängen bleiben. Die Werbewoche hat lediglich den Sinn, die Aufmerksamkeit auf diese Plakate hinzulenken und damit eine Wirkung zu erzielen, die dann bis zum letzten Tage des Weihnachtsgeschäftes ausgewertet werden soll. (VI 1/820)

Budapester Brief. Die Lebhaftigkeit des Geschäftsverkehrs ließ in der zweiten Oktoberhälfte und zu Beginn dieses Monats auffallend nach, hervorgerufen durch die fällige Quartalsmiete und als Folge des Umstandes, daß bei Eintritt des Winters allgemein wichtigere Bedarfsartikel denn Uhren und Juwelen angeschafft werden. Vor einigen Tagen spielte sich in unserer Landeszentrale indes das denkwürdig historische Ereignis der Standbildenthüllung des großen „Kossuth“ ab, das aus allen Gegenden Ungarns und aus sämtlichen Kulturstaaten riesige Menschengruppen herbeizog und in den Kreis unserer Branche ein wohlthuend empfundenenes pulsierendes Treiben brachte.

Unsere Silberwarenindustrie wurde jüngst von einem 14tägigen Streik heimgesucht, der mit einer zwölfprozentigen Lohnerhöhung endete, ohne aber üble wirtschaftliche Schädigung verursacht zu haben. Die Betriebe sind seitdem im vollen Gange, und es wird beobachtet, daß besonders Goldschmiede unablässig derart gut beschäftigt sind, daß die Arbeiten nur mit Zuhilfenahme verstärkter Kraft und angeordneter Überstunden bewältigt werden können. Als Ausfluß dieses günstigen Momentes kehren nun viele ausgewanderte Facharbeiter heim, die in der mächtigen Industrie des Auslandes sich neu erprobte Methoden aneigneten und somit den heimischen Arbeitern gegenüber bevorzugt sind.

Über die Uhrmacher im allgemeinen läßt sich nichts Freudiges feststellen, da sie der Übelstände genug zu bekämpfen haben. Gediegen ausgeführte Reparaturen werden nicht gebührend gewertet angesichts des Wettbewerbes durch die Stümper; überdies sind zwischen dem Klein- und Großhandel Feindseligkeiten fast auf der Tagesordnung, und es wäre somit hoch an der Zeit, wenn hier die Gesetzgebung eingreifen würde, um über vom Zaun gebrochene Streitigkeiten zu entscheiden. (VI 1/786)

Sigmund Lakos.

1) J. A. Henckels kann sich bei seiner Sprachverschönerung der besten Gesellschaft rühmen. Denn das Haus Krupp benennt einen rosticheren Stahl „Wipla“ und einen neuen Werkstoff zum Schneiden „Widia“: zwei prächtige Wortgebilde, jenes aus „wie Platin“, dieses aus „wie Diamant“ entstanden. Schriftleitung.