UHRMACHERKUNST

VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

53. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 20. APRIL 1928 / Nummer 17

Zugabenkontroverse

Von Dr. Georg Pelka (Berlin),

Mitglied des Sachverständigen-Ausschusses der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs

Kürzlich durfte ich hier über die Allerwelts-Zugabenliste berichten, die eine süddeutsche Schuhwachspastenfabrik für 1 bis 1500 Gutscheine verbreitet. Inzwischen habe ich in Tageszeitungen große Inserate derselben Firma gelesen, worin sie ihre Paste anpreist, da sie von „unübertroffener Wirkung" sei, und unter anderem ferner die Dose „so bequem zu öffnen" sei. Gut! Da aber in diesen Inseraten kein Wort von den Zugaben erwähnt ist, so bleibt nur die Annahme übrig, daß die Zugabenliste in der Hauptsache für den Einzelhändler bestimmt ist, also eine ganz grobe Art von Geheimzugabenankündigung für den Detailhändler darstellt, was die Kritik an dieser Liste nur noch verschärfen würde. Ob der geschäftliche Erfolg dieser Zugabenankündigung den Erwartungen der Firma entsprechen wird, bleibt abzuwarten, da die ohne Zugaben arbeitende Konkurrenz bereits mit einem Prospekt auf den Plan getreten ist, auf dem es heißt: „Die kluge Hausfrau kauft keine Schuhkreme wegen Geschenken, sondern um ihre Schuhe lange zu gebrauchen. Geschenke sind entweder wertlos oder müssen auf irgendeine Art bezahlt werden." Die wirklich kluge Hausfrau wird in diesen Fällen wie in allen sonstigen Fällen, in denen Zugabenreklame gegen reine Warenreklame steht, wohl erkennen, auf welcher Seite ihr wahrer Vorteil ist!

Man darf aber gespannt sein, ob der Schutzverband für Wertreklame (d. h. Zugaben) in Hannover auch an der obigen zugabenfeindlichen Publikation einen „Haken" entdecken wird, woran er eine einstweilige gerichtliche Verfügung zwecks Einstellung der Verbreitung dieser Erklärung aufzuhängen versuchen kann, wie er es in zwei anderen mir bekanntgewordenen Fällen getan hat. In dem einen Fall, in dem eine Margarinefabrik ein Flugblatt gegen die Zugaben verbreitete, hat der Hannoversche Verband eine einstweilige Verfügung erzielt, aber doch nur — „einstweilen", denn das Landgericht hob die Verfügung aus formalen Gründen wieder auf. Sollte es noch zur Hauptverhandlung kommen, so dürfte ihr Ausfall nach meiner Kenntnis der Sachlage die Zugabler nicht erfreuen! Im anderen Falle wollte der Zugabenverband auch eine einstweilige Verfügung gegen ein Flugblatt von Einzelhandelsverbänden erwirken, was ihm aber gänzlich fehlschlug. Auch hier wird der Haupttermin wohl Gelegenheit bieten, den inneren berechtigten Kern derartiger gegen die Zugabenauswüchse gerichteten Flugblätter dem richterlichen Erkennen noch näherzubringen.

Die Zugabler werden auf keinen Fall durch Anrufung der Gerichte ihrer Sache den endgültigen Sieg bereiten können. Denn die wirtschaftliche Wahrheit, die sich in der gegen die Zugaben und für ein Zugabenverbot formulierten Januar-Resolution der deutschen Uhrmacher ausspricht, wird immer mehr das Gemeingut aller Handelskorporationen. Soeben erst hat die Vertretung des deutschen Radiohandels einen Beschluß für ein Zugabenverbot gefaßt, der sachlich dem Uhrmacherbeschluß kongruent ist. Keine Maßnahme der Zugabler wird auf die Dauer erreichen, daß die wirtschaftliche Wahrheit, die auf ein Zugabenverbot zielt, erstickt wird. (I/395)

Ein nachahmenswertes Beispiel

Von Herbert Selle, Sao Paulo

Im vergangenen Jahre ist in Deutschland die „Schmuck-Werbewoche" abgehalten worden. Die Sache war sehr großzügig gedacht und geplant; es ist nur jammerschade, daß seinerzeit in den meisten Städten diese wichtige Angelegenheit im entscheidenden Moment nicht über das Stadium des Wollens hinausgekommen ist. Gerade diese „Schmuck-Werbewoche" wäre eine günstige Gelegenheit gewesen, wo jedes Fachgeschäft den Gedanken des Schmucktragens usw. weitgehend hätte fördern können, gewiß nicht zuletzt zu eigenem Nutzen! Leider ist dieser Moment verpaßt worden. Die Hauptschuld haben die Fachgenossen sich selbst zuzuschreiben. Die Angelegenheit ist mit einer unbegreiflichen Lauheit behandelt worden. Die gemachten Anstrengungen von seiten der Schmuckwarenfabrikanten sind leider vergeblich gewesen. Man hat das Gefühl, als ob es den Fachgeschäften sehr gut gehen muß (!?), denn sonst würde man doch von den an dieser Sache am meisten

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19280100/289