

Wie so etwas vor sich geht und gemacht wird, davon zeugt der nachstehend abgedruckte Zettel der Firma Julius Busse (nicht zu verwechseln mit Max Busse, Berlin), den wir freundlicherweise zur Verfügung gestellt erhielten.

**Genau durchlesen!**

**Gelegenheit, viel Geld zu verdienen!**

Befassen Sie sich mit dem Verkauf von  
**Uhren, Gold- und Silberwaren, Fahrrädern und Photo-Apparaten!**  
Sie werden hiermit einen großen Umsatz erzielen und  
**Ihren Gewinn erhöhen.**

Lassen Sie sich daher meine Kataloge kommen. Sie werden staunen über die Vielseitigkeit und über die  
**ausnahmslos billigen Preise.**

Alle Kataloge sind reich illustriert!

**Sämtliche Kataloge** sind mit Verkaufspreisen wie dieser Prospekt versehen, welche mit einem ansehnlichen Verdienst kalkuliert sind, so daß Sie hiernach den Verkauf in angenehmer, müheloser Weise vornehmen können. Außerdem bietet sich Ihnen ferner der Vorteil: kein eigenes kostspieliges Lager unterhalten zu brauchen, da ich in sämtlichen Artikeln stets bedeutenden Vorrat habe und alle einlaufenden Bestellungen fast ausnahmslos sofort zum Versand bringen kann. Weitestes Entgegenkommen biete ich Ihnen dadurch, daß ich Ihnen **Auswahlsendungen** sofort mache, wenn Sie mir gute, kaufmännische Berliner Referenzen aufgeben oder den entsprechenden Betrag hinterlegen. Ein Risiko für Sie existiert nicht, da ich mich verpflichte, unverkaufte Gegenstände zurückzunehmen.

*Überzeugen Sie sich durch eine Probestellung von der Realität und Leistungsfähigkeit meiner Firma.*

Hochachtungsvoll

Berlin SW 19, Gertraudenstr. 22. Julius Busse.

So etwas nennt sich dann Grossist! Das sind die Firmen, die einen ganzen Berufsstand in Verwirrung bringen und die die Uhr zu einem Tandartikel machen, der in jedem billigen Laden zu kaufen ist, genau so, als handle es sich um Zigaretten, Käse oder Apfelsinen. Eine reinliche Scheidung ist hier dringend erforderlich. Wer regulär in einer besonderen Uhrenabteilung mit Uhren handelt, soll es tun, sofern er dabei auf seine Kosten kommt. Der Gelegenheitshandel mit ein paar Uhren, die zwischen Käse, Konfektion, Koffern oder Zigarren liegen, ist schädlich und muß auf das schärfste im Interesse des Berufsstandes und der Allgemeinheit bekämpft werden. Die Uhr wird in den Augen des Publikums herabgewürdigt, und wir dürfen uns nicht wundern, wenn bei dieser Entwicklung der Kauf einer Uhr ähnlich dem Kauf von einem Paar Strumpfhältern ist, die man nach einiger Zeit fortwirft.

Unsere Industrie kann von diesen Ramschuhren nicht leben, wenn sie auch gern dieses zusätzliche Geschäft mitnimmt. Die Grundlage für die Uhrenfabrikation ist eben die Qualitätsuhr und wird sie auch bleiben. Selbst die Exportfähigkeit der Uhrenindustrie ist stark gefährdet, wenn der deutsche Markt weiter in dieser Weise heruntergewirtschaftet wird.

Auch die Entwicklung der Versandgeschäfte muß man mit großer Sorge ansehen. Blättert man einen Versandhauskatalog der Durchschnittssorten durch, so findet man bei der einfachsten Uhr eine pompöse Beschreibung, die dem Laien, der nichts von Uhren versteht, eine Uhr vorgaukelt, die das Beste darstellt, was es überhaupt gibt. „1a-Präzisionswerke“ für 15 RM sind gar keine Seltenheit, und eine „gute deutsche Qualitätsuhr für 2,80 RM“ ist etwas Alltägliches. Die Versandhäuser täten gut, hier etwas Selbstdisziplin zu üben, und die Organisation der Versandgeschäfte dürfte im Interesse der Versandgeschäfte handeln, wenn sie sich von solchen Firmen befreit, die nicht in den Handel hineingehören, selbst nicht in den Versandhaushandel. Gewiß kämpfen wir

gegen die Auswüchse und gegen die unlaulere Reklame, und im Laufe des Jahres werden eine Menge Strafanträge und Klagen geführt. Ist aber ein solches Versandhaus nach einiger Zeit zugrunde gegangen, so treten dafür sofort wieder neue ein, gegen die wiederum gekämpft werden muß. Hoffen wir, daß nach Beendigung der Organisation des Handels auch hier einmal im Interesse des Ansehens des deutschen Handels mit eisernem Besen gekehrt wird.

Die Uhr ist überhaupt ein Objekt für alle möglichen Leute, die gern schnell reich werden wollen. So war es möglich, daß die Reklameuhr geradezu zu einer Seuche in Deutschland wird. Demjenigen, der eine Reklame an einer Uhr bezahlen soll, wird vorgemacht, daß jedermann nach der Uhr sieht und natürlich jedermann auch dann die Reklame, die an der Uhr angebracht ist, liest. Für Leute, die nicht denken können, erscheint das einleuchtend, wer aber beobachtet, wie die Wirklichkeit aussieht, wird finden, daß ein flüchtiger Blick zu einer Uhr die Winkelstellung der Zeiger erfaßt, so daß man weiß, wie spät es ist, daß aber niemand auch nur die Reklame sieht oder sie gar liest. Uhren mit Reklame sind ein schlechtes Reklamemittel. Die Reklame ist verfehlt, weil sie gar nicht zur Wirkung kommen kann, denn die Hauptsache ist eben das Ablesen der Zeit und nicht etwa der Reklametext. Aber was macht das. Hauptsache ist, es wird auf leichte Weise Geld verdient. Die „Normalzeit“ verschenkt angeblich die Uhren, vermietet die Reklame und läßt sie sich so bezahlen, daß zunächst einmal die Kosten der Uhr damit gedeckt sind. Wenn es geht, schließt man einen langjährigen Vertrag ab, über dessen finanzielle Auswirkung sich der Besteller meist nicht klar ist, der dann erst nach einem halben oder einem ganzen Jahr klar sieht, welche Dummheit er mit dem Abschluß eines solchen Reklamevertrages gemacht hat.

In den Büros hängt man Uhren hin mit Reklame, die Uhren läßt man sich schenken, ohne daran zu denken, daß schließlich unsere ganze Wirtschaft zusammenbrechen muß, wenn nach und nach alle Dinge verschenkt werden, nur weil sie mit Reklame versehen sind. Wie kommen wir auch dazu, in einem öffentlichen Büro, vielleicht in einer Amtsstube, uns gefallen zu lassen, daß uns die Reklame von der Uhr freundlich grüßt? Man freut sich ja auch, wenn der Konkurrent dort seine Reklame macht!

Man denke nur diese Sache immer weiter fortgetrieben, und es wird jedem verständlich sein, daß damit Schluß gemacht werden muß. Geht man über die Straße, so findet man an Zigarrenläden, Apotheken, Drogerien, Tankstellen, Konfektionsläden, Zeitungsfilialen usw. Reklameuhren, die meistens die unterschiedlichste Zeit anzeigen. Die Hauptsache ist, eine Reklame ist untergebracht, und das Mittel dazu, um das zu können, dazu ist die Uhr gerade gut genug. Die Straßenuhr als Wahrzeichen des Uhrmachers ist längst wertlos geworden, denn wer sich danach richten würde, gelangt sicher nicht in einen Uhrenladen, sondern in ein Seifengeschäft.

Reklameuhren werden auch sonst von anderen Firmen verschenkt, nicht mehr als Zugabe, weil das verboten ist, sondern als „Gabe“. Da findet man dann diese scheußlichen Schreibtschuhren, die billig - billig gemacht sind, unzuverlässig sind und den Ruf der Uhren weiter untergraben.

Wenn man morgens aufsteht, brüllt einem das Radio entgegen, wie spät es ist, und das nicht etwa einmal, sondern alle vier Minuten, denn eine Schallplatte läuft im Durchschnitt vier Minuten, und die Zeitansage über-