

Noch raffinierter schrieb ein anderer in seiner Anzeige: „5 Jahre Garantie f. Geh.“ Das soll heißen: für Gehäuse. Ob es aber ein Laie so versteht?

Eine Damenuhr, deren Metallgehäuse mit einer Goldauflage überzogen ist, darf nicht als „Goldene Uhr“ bezeichnet werden.

Auch darf ein silbervergoldetes Stück nicht angeboten werden mit: „Gold auf Silber.“

Unlauterer Wettbewerb ist auch in Deutschland die Bezeichnung „echt 14 Kar. goldfilled“. Nur Eingeweihte wissen um diese Bedeutung dieses Ausdruckes, der auf deutsch lautet: goldgefüllt.

Bei goldplattierten Waren dürfen Sie natürlich nicht sagen: „14 kar. Gold (platt.)“ oder auch „echt 14 kar. Gold (aufl.)“. Beides ist unzulässig, weil es auf Irreführung des Käufers berechnet ist.

Die Garantie für Uhren ist ja jetzt einheitlich geregelt. Verstöße werden unweigerlich verfolgt. Für alle Armbanduhren darf nur ein halbes Jahr Garantie gegeben werden; für alle anderen Uhren über einem Verkaufspreis von 10 RM jedoch ein Jahr, unter 10 RM Verkaufspreis aber nur ein halbes Jahr Garantie.

Eine oft fälschlich benutzte Bezeichnung ist auch „Gelegenheitskauf“. Ein Gelegenheitskauf braucht keineswegs besonders billig zu sein, sondern er muß wirklich eine einmalige, besonders günstige Gelegenheit sein. Es dürfen also nicht ohne weiteres Gegenstände, die etwa all aus Privathand angekauft sind, nach Instandsetzung als „Gelegenheitskäufe“ angeboten werden.

Sehr viel Mißbrauch wird auch mit dem Wörtchen „nur“ vor Preisangaben getrieben. Dieses Wort „nur“ ist nur dann berechtigt, wenn tatsächlich der angegebene Preis wesentlich niedriger ist als der handelsübliche. Andernfalls sollte gegen solche Schreier mit einem Sach-

verständigen vorgegangen werden, damit er diese Irreführung unterläßt. Es ist doch so, daß gerade solche Preise oft höher liegen als im reellen Geschäft.

Der gesunde Menschenverstand würde schon von sich aus — ohne das Wettbewerbsrecht zu kennen — solche Werbung verdammen, da sie offenkundig gegen die Anforderungen der Wahrheit und Klarheit verstößt.

Überhaupt ist jede Art marktschreierischer Werbung zu unterlassen. Selbstverständlichkeiten — wie etwa Zugehörigkeit zur Innung oder zum Einzelhandelsverband u. dgl. — dürfen nicht zur Werbung benutzt werden. Handwerkliche Ehrentitel — wie Obermeister, Kreishandwerksmeister usw. — dürfen ebenfalls nicht in der Werbung erscheinen.

Ein weiterer wichtiger Grundsatz ist die Achtung des Mitbewerbers. Niemand darf also seinen Konkurrenten — nein, seinen Berufskameraden — in der eigenen Werbung schlecht machen oder angreifen. Er darf auch nicht ihm bekannte Tatsachen vom Mitbewerber zu dessen Schaden anwenden. Selbst wenn er weiß, daß „der Andere“ schon einmal mit dem Gefängnis Bekanntschaft gemacht hat (um nur ein besonders krasses Beispiel herauszugreifen), darf er nie eine diesbezügliche Äußerung mündlich oder schriftlich machen.

Wie Sie sehen, ist also das Wettbewerbsrecht gar nicht so schlimm, wenn man vernünftig denkend die Werbung betrachtet. Wenn Sie solchen Auswüchsen der Werbung irgendwo in unserem Fache begegnen, so melden Sie es dem Obermeister Ihrer Innung.

Der Obermeister versucht eine gütliche Regelung. Gelingt diese nicht, so gibt er die Angelegenheit an den Reichsinnungsverband weiter, der im Verein mit der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs dafür sorgt, daß Abhilfe geschaffen wird! (I/1202) J.

Das durchsichtige Uhrwerk!

Ist nicht jeder Ihrer Kunden restlos erstaunt über das Wunderwerk einer Uhr, wenn Sie ihn gründlich aufgeklärt haben?

Aber wie schwierig war es oft, ihm zu zeigen, wie die Rädchen ineinandergreifen! Wie die Ankerhemmung arbeitet! Wie die Zugfeder die Uhr antreibt!

Das ist jetzt mit einem wunderhübschen Modellwerk anders geworden! In der Schweiz gab es so etwas schon, nicht aber bei uns in Deutschland.

Und das Allerwichtigste dabei: Das Modellwerk hat zwar die beweglichen Teile aus der Fabrik — anders geht es ja kaum, um einen mäßigen Preis zu erzielen — aber die Zusammenstellung in dem Gestell aus schwer zerbrechlichem Kunstglas, und die Anfertigung des Gestells selbst, die Messingfutter, alles das ist Uhrmacherarbeit! Dieses Schauwerk ist der erste Erfolg des Reichsinnungsverbandes in seinem Bestreben der Arbeitsbeschaffung!

Die Uhrmacher, die damit beschäftigt sind, hatten natürlich manche Schwierigkeit zu überwinden! Aber es gelang! Und nun liegt ein schönes Hilfsmittel zur fachlichen Aufklärung vor uns!

Der Federhausdeckel ist durchbrochen, um die Zugfeder sichtbar zu machen. 12 Lagersteine sind in das Gestell eingepreßt; nur Federhaus und Minutenrad haben Messinglagerung. Auch der Anker hat einen besonderen durchsichtigen Kloben bekommen! Die Außenmaße des Werkes sind 40 × 70 mm.

So ist das ganze Werk von allen Seiten sichtbar und eignet sich vorzüglich als Schaustück für das Schau-

fenster. Es läßt sich sowohl hinlegen als auch stellen. Bei der Erklärung ist es handlich, wenig empfindlich und wird Ihnen zweifellos sehr schnell unentbehrlich werden. Der Reichsinnungsverband hat nämlich eine größere Serie davon in Auftrag gegeben. Er liefert Ihnen das Schauwerk zum Preise von 26 RM einschließlich Porto und Verpackung. Bestellen Sie recht bald, da die Nachfrage nach diesen Schauwerken recht rege ist! (I/1215)

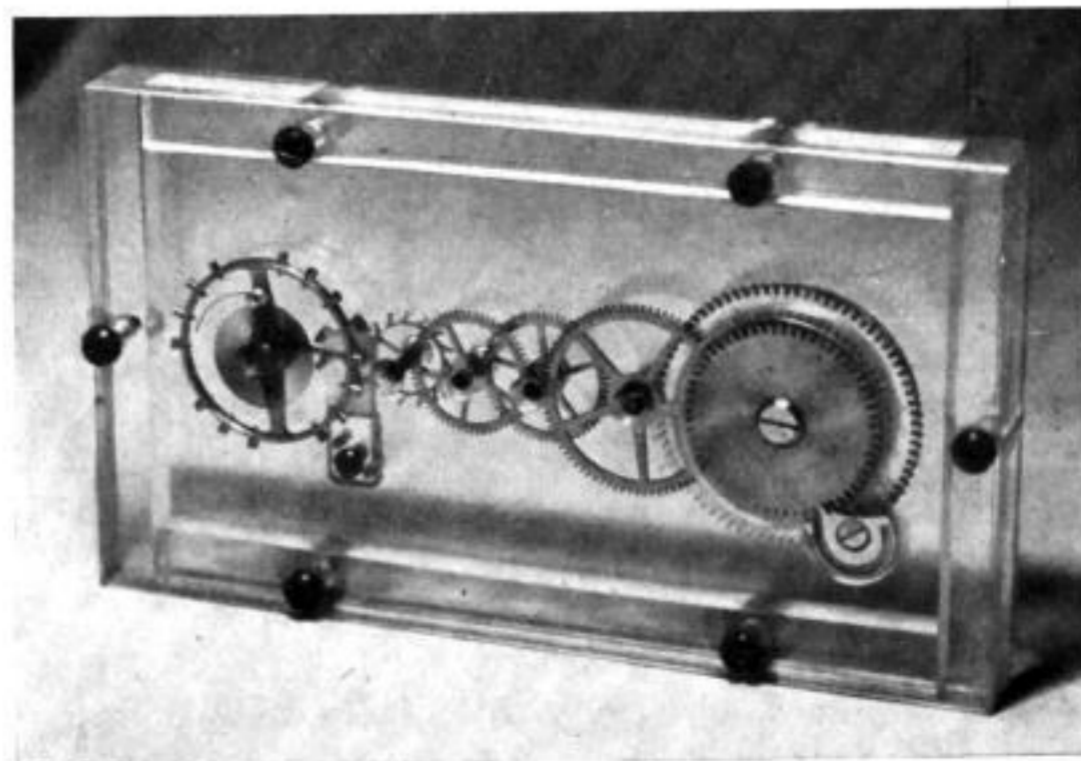


Foto: Uhrmacherkunst

Das Schauwerk