

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

Für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung; 6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend, Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin C 2, Breite Straße 8-9

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,- RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,7 RM.)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: E1 Berolina 5641

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 11, Jahrgang 54

Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin C 2

15. März 1930

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Sollen Uhrenfabriken oder Handelsorganisationen in Tageszeitungen mit Preisen inserieren?

Von Albert Kratz

Die Frage der Insertion mit Preisen in Tageszeitungen, illustrierten Zeitschriften usw. beschäftigt, vielleicht nicht von allen Kollegen bemerkt, in steigendem Maße das deutsche Uhrgewerbe, insonderheit die Uhrenfabrikanten und den Handel. Aus der Bekanntmachung des Zentralverbandes „Vereinbarung über Zeitungsanzeigen“ in Nr. 10 dieser Zeitschrift geht hervor, daß glücklicherweise in einem Sonderfalle von dem zuerst beschrittenen Wege einseitigen Vorgehens abgesehen und der allein mögliche Weg der Verhandlungen eingeschlagen worden ist. Durch diesen Sonderfall ist der ganze Fragenkomplex aber erneut grundsätzlich aufgerollt. Es wird sich nicht vermeiden lassen, zum Verständnis der Sache hier und da Namen von Fabriken und Organisationen zu nennen; ich bemerke aber ausdrücklich, daß dies ohne jede persönliche Voreingenommenheit und nur zur leichteren Darstellung der Sache geschieht. Ich betrachte diese Frage als die vielleicht bedeutendste, die die deutsche Uhrmacherschaft seit Jahren beschäftigt hat, und ich halte eine gründliche Aussprache für unbedingt nötig. Meinen weiteren Ausführungen möchte ich vorausschicken, daß ich im Interesse weiter Kreise der deutschen Uhrmacherschaft heute noch ein absoluter Gegner jeder Preisinserierung in den illustrierten Zeitungen und Tageszeitungen bin.

Würde ich lediglich von meinem Standpunkt als Vorsitzender des Markenuhr-Vereins (ZentRa) ausgehen, so brauchte ich mich mit der Frage allerdings gar nicht zu beschäftigen; dann gäbe es über die Einstellung gar keinen Zweifel; denn darin stimme ich der Meinung der Fabrikanten, des Direktors Rothmann von der Alpina u. a. in vollem Umfange zu, daß Inserate mit Preisen wirksamer sind als solche ohne Preise*). Als Delegierter zum Hauptausschuß

des Zentralverbandes und 2. Vorsitzender des Uhrmacherverbandes Westfalen-Lippe, der eine Interessengemeinschaft mit dem Uhrmacherverband Rheinland bildet, also als mitverantwortlich für die allgemeine Vertretung von etwa einem Viertel der gesamten deutschen Uhrmacherschaft, kann ich in diesem Falle aber nicht von den besonderen Interessen des Markenuhr-Vereins ausgehen, sondern muß die Frage von dem Standpunkt aus betrachten: „Nützt eine solche Preisinserierung der Allgemeinheit oder nicht?“ Zurzeit beantworte ich diese Frage aber mit einem unbedingten „Nein“.

Ein großer Teil der Kollegen wird sich erinnern, daß die Frage der Preisinserierung auf der Reichstagung in Eisenach in breitester Weise behandelt worden ist. Damals gab den Anstoß dazu die Absicht der Alpina, ihre Inserate in den größten illustrierten Zeitungen mit Preisen zu bringen. Ich glaube, der größte Teil der deutschen Uhrmacher muß heute noch den leitenden Männern der Alpina und dem Vorstand des Zentralverbandes, insonderheit dessen Vorsitzenden, dankbar dafür sein, daß es gelang, die damals unmittelbar drohende Gefahr der Preisinserierung zu bannen. Wenn ich mich heute gezwungen sehe, in aller Öffentlichkeit noch einmal zu der Frage Stellung zu nehmen, so geschieht es, weil, wie eingangs festgestellt, leider die Gefahr der Preisinserierung in den großen illustrierten Zeitungen von neuem aktuell geworden ist. In der letzten Nummer der „Berliner Illustrierten“ wird eine Taschenuhr mit 5 RM inseriert. Der Preis ist nach der ganzen Sachlage ein fester Preis. Es liegt also unbedingt ein Verstoß vor gegen den Eisenacher Beschluß, der eine Insertion mit festen Preisen, ja eine Insertion mit Preisen überhaupt unbedingt ablehnt. Im vorliegenden Falle wird ferner inseriert unter starkem Hinweis auf die „Markenqualität“. Es ist doch wohl einleuchtend, daß, wenn man dem deutschen Publikum sagt, daß bereits für 5 RM eine „Markenuhr“ zu bekommen ist, es schwer

*) Wir sind nicht der Ansicht, daß diese Frage ganz allgemein ohne weiteres zu bejahen ist. Es kommt zumindest ganz erheblich auf die besonderen Verhältnisse des Einzelfalles an.

Die Schriftleitung.