

# 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 16 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. 14, Jahrgang 54

★

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

★

5. April 1930

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

### Gegen die Festsetzung von Einzelhandelsverkaufspreisen für Uhren

Von K. Helmer

In wenigen Tagen, am 10. April, wird in Berlin eine Besprechung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher mit einigen der maßgebenden Uhrenfabrikanten Deutschlands und der Schweiz sowie mit Vertretern der deutschen Uhrenhandels-Organisationen stattfinden, um über die Freigabe der Festsetzung von Einzelhandelsverkaufspreisen für Uhren und damit, was am meisten ins Gewicht fällt, die öffentliche Bekanntgabe dieser Preise durch die Industrie und die Handelsgruppen zu beraten. Diese Angelegenheit, welche die Fabrikanten schon seit Jahren durchzusetzen sich bemühen, stellt nach unserem Dafürhalten die wichtigste wirtschaftliche Frage dar, die in unserem Fache während der letzten Jahre zur Erörterung stand. Wir haben niemals ein Hehl daraus gemacht, daß die Erreichung des gekennzeichneten Zieles der Fabrikanten verhängnisvoll für unser ganzes Fach sein würde, für den Handel und für die Industrie. Die Auswirkungen würden jetzt zweifellos noch erheblich ungünstigere sein, als sie vor zwei Jahren gewesen wären, da es neuerdings um die deutsche und auch die schweizerische Uhrenindustrie schlecht bestellt ist und daher Auswüchse der verschiedensten Art in schnellerem Tempo und tiefergreifender als in normalen Zeiten zu erwarten wären. Gerade wegen der durchaus unbefriedigenden Lage der Industrie ist jetzt die Gefahr in die Nähe gerückt, daß die Entscheidung im Sinne der Fabrikanten, welche durch die entschiedene Haltung des Einzelhandels bis jetzt verhindert werden konnte, durchgedrückt wird. Aus diesem Grunde wenden wir uns nochmals eindringlich an alle diejenigen, in deren Händen die Entscheidung über die Frage „Festsetzung der Einzelhandelsverkaufspreise durch die Fabrikanten oder durch die Einzelhändler?“ liegt, mit der Bitte, die ganze Angelegenheit gründlich durchzuprüfen und vor allem zu erwägen, ob es denn wirklich nicht noch andere Mittel gibt, durch die auch nach ihrer Überzeugung das von ihnen angestrebte Ziel der Hebung des Uhrenabsatzes erreicht wird,

ohne daß dadurch, wie der Vorsitzende des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher sich vor einigen Jahren treffend ausdrückte, die Blumenbeete der Uhrmacher zertrampelt werden. Derartige Mittel gibt es!

Es sollen hier nicht nochmals alle Gründe, welche gegen die Preisfestsetzung durch die Fabrikanten sprechen, erörtert werden. Verschiedene dieser Gründe verfangen, wie die Verhältnisse gegenwärtig liegen, bei den Fabrikanten nicht mehr. Wir tun diesen gewiß kein Unrecht, wenn wir ruhig und offen erklären, daß sie die ganze Frage ausschließlich vom Nützlichkeits- und Machtstandpunkt aus betrachten, und daß daher die sehr berechtigten Hinweise des Einzelhandels auf die schwere Gefährdung der Einheit des Uhreneinzelhandels u. ä. m. durch die ihm aufgezwungene Preisfestsetzung auf die Fabrikanten keinen Eindruck machen. Die Not brennt der deutschen Industrie, nachdem neuerdings auch der Auslandsabsatz stark rückläufig geworden ist, zu sehr auf den Nägeln, als daß man von ihr eine feinfühligere Berücksichtigung der besonderen Interessen des Uhreneinzelhandels erwarten könnte.

Die Fabrikanten sind, und dies ist der Kernpunkt der ganzen Frage, der Ansicht, daß durch die Bekanntgabe fester Preise in ihren Anzeigen der Uhrenumsatz gesteigert wird. Nun, in der vorigen Nummer wurde bereits auseinandergesetzt, daß diese Annahme höchstens für die besonders angepriesenen Uhren zutreffend sei, nicht jedoch für den Gesamtumsatz, der auf diese Weise nicht gesteigert werden kann. Es würde also bei einer halbwegs angemessenen Preishöhe, von der wir zunächst einmal ausgehen wollen, lediglich eine Verschiebung der im Einzelhandel abgesetzten Erzeugnisse zu Gunsten der Preise bekanntgebenden Fabriken erfolgen, und zwar würden davon am meisten diejenigen Fabriken profitieren, die dazu in der Lage sind, umfangreiche Anzeigen mit Preisen in den großen illustrierten Zeit-