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 × Multiplikator 1,7 RM).

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: E 1 Berolina 5641

Uhren-, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 34, Jahrgang 54 • **Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin C 2** • **23. August 1930**

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Nicht zögern, sondern handeln!

Von Dr. jur. W. Felsing

Als die deutsche Uhrenindustrie im Frühjahr dieses Jahres an den Zentralverband der Deutschen Uhrmacher mit dem Wunsch herantrat, er solle einer Insertion bestimmter Muster von Uhren in der öffentlichen Presse seitens der einzelnen Uhrenfabriken, und zwar mit Angabe von Publikums-Verkaufspreisen, zustimmen, haben ausgedehnte, wiederholte Verhandlungen zwischen allen Interessentengruppen stattgefunden, die zur Bildung eines Wirtschaftsausschusses und dann zum grundsätzlichen Einverständnis des Zentralverbandes führten, der allerdings nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen und Bedingungen seine Einwilligung erklärte. Die diesjährige Reichstagung der deutschen Uhrmacher ist inzwischen den Beschlüssen des Zentralverbandes einschränkungslos beigetreten. Obwohl somit der Ausführung des Planes der deutschen Uhrenindustrie kein Hindernis entgegensteht, hat sich die schwer verständliche Sachlage ergeben, daß der Wirtschaftsverband der Deutschen Uhrenindustrie über die Ausführung des Insertionsplanes bezüglich der Großuhren nichts mehr verlauten läßt, so daß trotz der immer dringlicher werdenden Anfragen der Fachkreise noch jede positive Erklärung fehlt. Diese Situation muß als ganz unmöglich und vor allen Dingen als den Interessen des Handels und auch denen der Industrie als abträglich angesehen werden.

Die erste, selbstverständliche Voraussetzung und Bedingung für die Ausführung der Propaganda ist die, daß der Uhren-Einzelhandel rechtzeitig erfährt, welche Uhren die Industrie bei der für den Spätherbst dieses Jahres vorgesehenen Insertionskampagne anzeigen wird. Auf diesen Mustern werden sich zwangläufig auch die „Weihnachtsbestellungen" aufbauen, um so mehr, als die meisten Geschäftsläger infolge des mangelnden Absatzes noch reichlich mit Großuhren versehen sind und sich daher jede nicht ganz genau überlegte Lagererweiterung von selbst verbietet.

Jetzt, Mitte August, wird jeder Uhren-Einzelhändler sein Lager durchsehen — er wird ja durch die einsetzenden Vertreterbesuche ohnehin daran erinnert —, jetzt müssen die Weihnachtsbestellungen bald aufgegeben sein, und es fehlt noch immer das Fundament, die Grundlage dieser wichtigsten aller geschäftlichen Überlegungen!

Die zweite, nicht weniger und zwar grundsätzlich bedeutsame Voraussetzung und Bedingung ist die Sicherung, daß die inserierten Preise auch wirklich eingehalten werden. Wie fundamental wichtig die hierauf bezüglichen Maßregeln sind, dürfte ohne weitere Erläuterungen allgemeinverständlich sein: Eine öffentliche Ankündigung von Preisen ohne die Machtbefugnis, deren Einhaltung von jedermann zu erzwingen, ist ein Unding und kann nur Schaden anrichten. Um eine solche Preisbindung zu erreichen, ist es nach den ausgezeichneten Ausführungen des Syndikus des Zentralverbandes nötig, die preiszubindenden Uhren zu Markenartikeln zu erklären, also als Verkaufsartikel, welche in gleicher Ausführung und zum gleichen Preise in allen einschlägigen Geschäften für das Publikum erhältlich sind. Die Abnehmer dieser Art von Uhren bis zum Einzelhändler müssen sich ferner durch einen Revers verpflichten, die festgesetzten Preise einzuhalten. Nur wenn dies und zwar lückenlos durchgeführt wird, kann im Falle einer Preisverletzung mit Schnelligkeit und Erfolg gegen den Schädiger vorgegangen werden und zwar auch gegen Außenseiter, die sich die Ware „hintenherum" verschaffen und damit unlauteren Handel treiben.

Ich weiß mich mit allen Fachangehörigen einer Meinung, daß eine rasche Entscheidung unbedingt nötig ist. Unerträglich ist für den Einzelhandel die Ungewißheit, die angesichts der schlechten Wirtschaftslage besonders lähmend wirken muß und vielleicht noch ganz andere Folgen hat, auf die hier einzugehen nicht der Platz ist.

Durchaus verständlich wäre es, wenn die fortschreitende Krise mit ihren Begleiterscheinungen zu gewissen Überlegungen veranlaßte. Einerseits ist durch die Tagespresse in weitesten Publikumskreisen bekanntgeworden, daß sich die größten Spitzenverbände und Interessentenvereinigungen anläßlich der Erörterung einer Preissenkungsmöglichkeit zu-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19300000/589