

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis  $\times$  Multiplikator 1,5 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall-und Schmuckwaren-Markt

Nr. 10, Jahrgang 57 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 4. März 1933

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Wichtige Tagesfragen

Frankfurter Vertrag / Gleiche Mengen — gleiche Preise / Hebung der Qualität und Preislage

Von Albert Kratz

Als auf der Reichstagung in Frankfurt a. M. der hochwichtige sogenannte Frankfurter Vertrag abgeschlossen wurde, hat wohl jeder, dem es mit der Sorge um das Wohlergehen des Faches Ernst war, an diesen Vertrag Hoffnungen geknüpft. Nachdem nun nahezu zwei Jahre ins Land gegangen sind, muß man sich einmal Rechenschaft darüber ablegen, wieweit diese teilweise recht hochgehenden Hoffnungen Wirklichkeit geworden sind. Man muß leider feststellen, daß auch hier, wie bei so manchen anderen Dingen, nicht alle Blütenträume ausgereift sind.

Wenn man sich die damaligen Vorgänge noch einmal vor Augen führt, so wird man sich erinnern, daß aus den teilweise viel weitergehenden Plänen und Anregungen außer einigen Nebensächlichkeiten drei Hauptpunkte im Frankfurter Verträge festgelegt wurden:

1. die Verpflichtung der Großfirmen des Schwarzwaldes, die Markenware nur an Fachgeschäfte zu liefern;
2. der Wille und die Möglichkeit, gegenüber den Unterangeboten der Warenhäuser und Basare konkurrenzfähig zu werden und auch, wo es nötig ist, mit den sogenannten Kampf- und Anfangspreislagen die Konkurrenz aufzunehmen;
3. die in § 8 des Frankfurter Vertrages festgelegte Verpflichtung der Großfirmen, das Fachgeschäft bei gleichen Mengen zu gleichen Preisen zu beliefern.

Wie haben sich diese drei grundlegenden Punkte ausgewirkt? Inwieweit haben sie dem Uhrmacher Nutzen gebracht?

Zu Punkt 1 muß man offen und ehrlich sagen, daß in dieser Zeit der engen Zusammenarbeit zwischen Lieferanten und Abnehmern mit allen Mitteln daran gearbeitet worden ist, die Markenware, soweit sie schon Eingang ins Warenhaus gefunden hatte, wieder daraus zu entfernen.

Man muß den Großfirmen auch zugestehen, daß sie es in der Zeit der Wirksamkeit des Vertrages verhindert haben, daß

weitere Markenware in größerer Menge im Warenhaus auftauchte. Ein Beweis dafür sind auch gerade noch in letzter Zeit von Vertragsfirmen unternommene Schutzmaßnahmen dagegen, daß direkt oder indirekt Markenware ins Warenhaus kommt. Das ist immerhin ein großer und positiver Erfolg der Zusammenarbeit von Abnehmer und Lieferant.

Der zweite Punkt, der ja mit dem dritten im engsten Zusammenhange steht, läßt sich leider nicht mit so wenigen Sätzen behandeln. Heute ist es Allgemeingut des kaufmännischen Denkens des Uhrmachers geworden, daß, wenn er den Kampf mit dem Warenhaus aufnehmen will, dieser Kampf vorzugsweise eine Preisfrage ist, und daß er mit einem ganz bescheidenen Nutzen zufrieden sein muß. Die Frage des Kampfes gegen die Warenhäuser hat heute eine weit größere Bedeutung als noch vor zwei Jahren. Damals betraf sie hauptsächlich die größeren Städte; heute ist sie für fast jeden Uhrmacher in Deutschland eine Frage, mit der er sich beschäftigen muß. Heute gibt es fast in jeder Kreisstadt bis zu 15 000 Einwohnern herunter ein Einheitspreisgeschäft, sei es Woolworth, Wohlwert, Ehape, Epa, Erwege oder dergl. Gerade der Landmann, der früher, im Gegensatz zu dem gut-situierten anderen Publikum dieser Gegenden, nicht zum Einkauf in die Großstadt fuhr, deckt heute mit größter Vorliebe seinen Bedarf in diesen Geschäften. Nun steht es leider fest, daß auch diese Geschäfte von gewissen Kreisen des Schwarzwaldes zu ganz bevorzugten Preisen beliefert werden, zu glatten Grossistenpreisen! Die Folge davon ist, daß wir heute auch in der Kleinstadt mit der Seuche des Weckers zu 1,75 bis 2 RM, der billigsten Taschenuhr usw. „beglückt“ werden.

Nun gibt es Kreise im Schwarzwald, die den Gedanken fördern, der Uhrmacher solle sich vom Vertrieb markenloser Ware überhaupt zurückziehen und nur Markenware verkaufen, beim Wecker etwa von 3 RM ab. Das sieht aus, als sei es eine sehr gute Idee. Ihre Durchführung würde zumindest zur Folge haben, daß einem immer weiteren Ab-