

war es für mich, als ich an der Tür dieses unstreitig besten Geschäftes las: „Relojería alemana“, d. h. „Deutsches Uhrengeschäft“. Als ich aber hineinging, konnte niemand ein Wort unserer Sprache — das war eine Enttäuschung!

Die Warenpreise sind; da in Spanien Uhren nicht hergestellt, sondern sämtlich zur Einfuhr gebracht werden, der normalen Umrechnung entsprechend. Man sieht an Taschen- und Armbanduhren meist Schweizer Erzeugnisse, zu denen sich erfreulicherweise auch eine Reihe von deutschen Taschenuhren gesellt — aber nur in den modernsten Formen. An Großuhren sieht man keine Hausuhren, nur Tisch- und Wanduhren deutschen Ursprungs.

## Vermischtes

### Gemeinschaftswerbung für Uhren

Wie in der vorigen Nummer der Deutschen Uhrmacher-Zeitung mitgeteilt wurde, wird der Werberat der deutschen Wirtschaft veranlassen, daß der Rundfunk nicht mehr für die Verbreitung von Einzelwerbenachrichten, sondern nur noch für die Gemeinschaftswerbung zur Verfügung gestellt wird. Da jetzt auch die Spitzenverbände der drei Gruppen des deutschen Uhrengewerbes beabsichtigen, eine Gemeinschaftswerbung für Uhren durchzuführen (vgl. den in Nr. 51 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung v. J. veröffentlichten Aufruf der drei Verbände „Arbeitsbeschaffung für das Uhrengewerbe“), und ferner die bedeutendsten Firmen der Schmuckwarenindustrie und des Schmuckwarengroßhandels beschlossen haben, das Gütezeichen „Laurin“ in weitesten Verbraucherkreisen bekanntzumachen, tritt die Gemeinschaftswerbung als eine bedeutsame praktische Aufgabe des gesamten Uhren- und Edelmetallgewerbes gerade jetzt stark in die Erscheinung.

Der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher weist darauf hin, daß es Pflicht der Angehörigen des Gewerbes sei, an Stelle der Einzelwerbung im Rundfunk die Gemeinschaftswerbung für Uhren zu setzen und mit allen Kräften dazu beizutragen, daß für das Uhrengewerbe Arbeit und Verdienst geschaffen werden. Die Gemeinschaftswerbung, auf deren Durchführung sich die Spitzenverbände des Uhrenfaches bereits im Dezember v. J. geeinigt haben, soll unter dem Leitsatz stehen: „Kauft Uhren nur im Fachgeschäft!“ Die Aufbringung der Mittel für diese Werbung ist so gedacht, daß auf jede Uhrenrechnung eines Lieferanten von diesem 1% des Rechnungsbetrages in Marken aufgeklebt und entwertet werden, und daß dieser Betrag in Rechnung gestellt wird. Fünf verschiedenfarbige Wertmarken in Briefmarkengröße zu 1, 5, 20, 50 und 100 Rpf. sind bereits fertiggestellt. Die Werbemittel werden also von den Uhrmachern aufgebracht, da es sich nach dem Willen des Zentralverbandes um eine Werbung der Uhrmacher handeln soll. In den Zahlungs- und Lieferungsbedingungen wird eine rechtliche Verpflichtung Aufnahme finden, daß der Betrag von 1% als Werbebetrag gezahlt werden muß. Da durch diese Zahlung jeder Uhrmacher seiner Pflicht, zur Arbeitsbeschaffung beizutragen, genügt, sich dadurch selbst hilft und die Kosten der Gemeinschaftswerbung automatisch nach dem Umsatz gestaffelt sind, also nach einem gerechten Verteilungsschlüssel aufgebracht werden, so rechnet der Zentralverband aufs bestimmteste damit, daß sich bei der Aufbringung der Beiträge keine Schwierigkeiten ergeben werden. Die Gemeinschaftswerbung wird stufenweise, je nach dem Eingang der Mittel, durchgeführt. Voraussichtlich wird mit der Rundfunkwerbung begonnen; es ist jedoch beabsichtigt, später auch andere Propagandamittel in den Dienst der Gemeinschaftswerbung für Uhren zu stellen.

Wir hoffen, daß die beteiligten Kreise unter Hintanstellung kleinlicher Bedenken im Gegensatz zu den in früheren Jahren gemachten Versuchen dieser Art alle Kraft daransetzen werden, die Gemeinschaftswerbung für Uhren durchzuführen und zum Segen des ganzen Faches zur vollen Auswirkung zu bringen.

### Pünktliche Abgabe der Steuererklärungen für 1933

Um den aus Wirtschaftskreisen geführten Klagen über die zu späte Erledigung der letztjährigen Veranlagungen abzuwehren, hat der Reichsfinanzminister in einem Erlaß vom 9. Januar 1934 — S 2209 — 126 III — angeordnet, daß die Veranlagungen für 1933 mit größerer Beschleunigung durchzuführen sind, und zwar soll die gesamte Steuerfestsetzung, abgesehen von geringen Ausnahmen, bis zum 30. September 1934 beendet sein. Zu diesem

In den meisten Geschäften sitzen die Uhrmachergehilfen im Laden und bedienen das Publikum; da ausnahmslos Steinfußboden verwendet, Heizung aber nirgends möglich ist, arbeiten die Gehilfen meist — mit Ausnahme des Sommers — in einer Kühle, die uns unmöglich erscheinen würde.

Die Reparaturpreise sind sehr, sehr niedrig; es rechnet sich aber hier anders. Die Formgläser kosten z. B. durchweg 2 Peseten; das sind nach unserem Gelde, nach dem man aber nicht rechnen darf, etwa 70 Rpf.

Auf der Heimfahrt reise ich durch Barcelona und werde auch die dortigen Verhältnisse in einer der nächsten Nummern schildern.

Zwecke ist es notwendig, daß die Steuererklärungen pünktlich eingereicht werden. Die Frist zur Abgabe dieser Erklärungen wurde deshalb auf die Zeit vom 1. bis 15. Februar 1934 festgesetzt. Verlängerungen über diesen Zeitpunkt hinaus sollen nur dann gewährt werden, wenn es nach den ganzen Umständen des Falles dem Pflichtigen wirklich nicht möglich ist, seine Erklärungen pünktlich abzugeben; insbesondere kommt dies in Betracht, wenn eine umfangreiche Buchführung vorliegt. Bei solchen Pflichtigen, denen schon in den Vorjahren allgemein eine Verlängerung der Abgabefrist für die Steuererklärungen bis zum 31. März gewährt wurde, sollen die Finanzämter noch einmal prüfen, ob in Anbetracht der veränderten Zeitverhältnisse die Beibehaltung dieser äußersten Frist auch für das laufende Jahr notwendig ist; gegebenenfalls sind entsprechende Verkürzungen vorzunehmen. Es kann also nicht damit gerechnet werden, daß die Finanzämter in so großzügiger Weise wie bisher Anträge auf Fristverlängerungen genehmigen. Den Steuerpflichtigen sei deshalb empfohlen, die Vorarbeiten für die Ausfüllung der Erklärungen schon jetzt in Angriff zu nehmen, damit eine rechtzeitige Erledigung möglich ist und die Ausfüllung der Erklärungen nicht mit Überstürzung, bei der dann leicht Fehler entstehen können, zu erfolgen braucht. Ein von der Wirtschaft ausgesprochener Wunsch, bei Steuerpflichtigen, die einen gewerblichen und einen landwirtschaftlichen Betrieb haben, die beiden verschiedenen laufenden Steuerabschnitte (für den Gewerbebetrieb das Kalenderjahr, für den landwirtschaftlichen Betrieb das Wirtschaftsjahr vom 1. Juli bis zum 30. Juni) zusammenzulegen, konnte aus technischen Gründen noch nicht erfüllt werden; diese Regelung muß den kommenden Jahren vorbehalten bleiben. Über die Ausfüllung der Steuererklärungsformulare werden wir noch ausführlich berichten.

### „Berliner, lebe gesünder!“ — Uhren und Gesundheit

Das „Winterhilfswerk“ hat vor kurzem dem Berliner Einzelhandel die Aufgabe gestellt, die erste Gemeinschaftswerbung im Jahre 1934 unter dem Sinnspruch „Berliner, lebe gesünder!“ durchzuführen. Viele Geschäfte haben sich darauf beschränkt, das Werbeplakat, das ein weit geöffnetes Fenster darstellt, durch welches strahlendes Sonnenlicht hereinflutet, ins Schaufenster zu bringen. Daneben haben andere Geschäfte, insbesondere solche, die Lebensmittel, Bekleidung und Hausgeräte vertreiben, ihre Schaufenster auf diese Sonderwerbung abgestellt und zwar durch nette Schlagwort-Plakate, die mit dem Nachdenken der Beschauer rechnen, und eine entsprechende Ausstellung von Waren. Die Uhrmacher und Juweliere haben sich, soweit wir feststellen konnten, an dieser Werbung leider nur in verschwindend geringem Maße beteiligt. Ein großes Außenseitergeschäft hatte den „höflichen Wecker“ mit herangezogen, der mit leisem Klingeln sein Wecken beginnt, um dann immer lauter zu tönen, also die Nerven besonders empfindlicher Menschen schonen soll. Es wäre aber leicht möglich gewesen, die Uhr in zahlreichen anderen Verbindungen als einen wertvollen Gegenstand in die Erscheinung treten zu lassen, welcher der Gesundheit der Menschen förderlich sein kann. Auf die richtige Einteilung der Zeit und daher auch auf die Uhren sind die meisten Menschen unbedingt angewiesen, wenn die wohltuende Ordnung gewahrt bleiben soll. Überall sehen wir, wie notwendig die Uhr und wie eng sie, direkt oder indirekt, mit der Gesundheitspflege verbunden ist: Für den rechtzeitigen Beginn, die Pausen und den Schluß der täglichen Arbeit, für die Reisenden und die Verkehrsverhältnisse, für die richtige Kochdauer und die rechtzeitige Fertigstellung der Speisen, beim Sport, in der Krankenpflege usw. Auch die unhörbar oder ganz leise gehenden Wecker, die für viele nervöse Menschen eine wahre Wohltat sind, könnten in den Werbedanken „Die Uhr fördert die Gesundheit“ mit einbezogen werden. Der vielseitige Nutzen, den die Uhren den Menschen leisten, könnte und sollte in der Werbung viel mehr hervorgehoben werden, als es meistens geschieht; sie sind in weit geringerem Maße „Luxusgegenstände“, wie sie bedauerlicherweise manchmal