

Er ist von dem Bücherrevisor geprüft, jedoch steht die Revision der Kassenrevisoren noch aus, da die Zeit vor der Sitzung zu knapp war. Aus dem Bericht ist, wie der Berichtstatter ausdrücklich hervorhob, zu ersehen, daß die größte Sparsamkeit bei der Bewilligung von Ausgaben vorherrschen müsse, außerdem müsse man bemüht bleiben, neue Einnahmequellen für den Zentralverband zu erschließen, da die Beiträge selbst zur Bestreitung aller Ausgaben nicht mehr ausreichen. Bezüglich der Festsetzung der Ausgaben für 1928 hat sich der Vorstand in eingehender Weise mit den einzelnen Posten befaßt. Alle Ausgaben sind sehr sorgfältig geprüft und alle Einnahmen sehr vorsichtig eingesezt, so daß anzunehmen ist, daß dieser Haushaltplan auch eingehalten werden kann. Abschriften des Haushaltplanes lagen vor, ohne Aussprache wurde nachstehender Haushaltplan einstimmig angenommen:

	Mk.
Gehälter	22 000
Vorsitzender und Repräsentation	3 000
Unkosten	2 000
Raumkosten	4 000
Glashütte	4 000
Lehrlingsausschuß	4 000
Sterbekasse	15 000
Spenden	500
Steuerhilfe	2 000
Rechtsschuß	6 000
Verbände	2 500
Reisen	10 000
Porto und Fernsprecher	6 000
Drucksachen	2 000
Bureaubedarf	1 500
Krankenkasse und Versicherung	2 000
Ausgleich	3 900
	90 400
Einnahmen:	
Beiträge 1928	69 000
Außerordentlicher Etat	21 400
	90 400

Herr Bierhenke (Bremen) spricht den Wunsch aus, daß, wenn ein Abbau des Sterbegeldes sich notwendig machen würde, diese Absicht so frühzeitig den Organisationen mitgeteilt würde, daß diese in der Lage wären, einen Ausgleich durch Selbstgründungen zu schaffen. Der Vorsitzende gibt die Erklärung ab, daß vorläufig ein Abbau des Sterbegeldes nicht notwendig sei, da man bestimmt hoffe, den Ausgleich zwischen Einnahme und Ausgaben herbeizuführen.

Der Vorsitzende macht die Mitteilung, daß eine Nachricht von dem Ehrenvorsitzenden Herrn Kochendörffer (Kassel) eingelaufen sei, in der er die herzlichsten Grüße allen Teilnehmern übermittelt. Leider sei seine Teilnahme an der Sitzung nicht möglich, da er durch Krankheit in seiner Familie unabhkömmlich sei. Er bedauert außerordentlich, an der Hauptausschuß-Sitzung nicht teilnehmen zu können.

Der Vorsitzende gibt nunmehr zur Behandlung des Punktes 3,

Gemeinschaftsreklame,

einen einleitenden Bericht über den gegenwärtigen Stand. Die Beurteilung der Gemeinschaftsreklame sei im allgemeinen eine sehr günstige. Nur wäre es sehr bedauerlich, daß mit den Beiträgen noch viele Innungen im Rückstande wären. Es seien bis jetzt gezahlt und in bestimmte Aussicht gestellt rund 20000 Mk., so daß 30000 Mk. rückständig seien. Eine Aufstellung über den Stand der eingegangenen Beiträge durch die einzelnen Unterverbände wird vervielfältigt verteilt, so daß jeder Unterverband sich selbst ein Bild über den Stand der Beitragseingänge machen kann. Ferner weist er darauf hin, daß die Absicht bestände, den Rundfunk in den Dienst unserer Gemeinschaftsreklame zu stellen; die Vorarbeiten seien durch

die Verhandlungen in der letzten Zeit geschaffen. Die Aufwendungen für ein Jahr würden allerdings 18000 bis 20000 Mk. betragen. Ferner wäre es notwendig, daß die Gemeinschaftsreklame durch die Unterorganisationen unterstützt würde, indem selbst örtlich oder bezirkweise Reklame gemacht würde. Im Rheinland habe man in den einzelnen Innungen erhebliche Mittel für diese Reklame aufgewandt, außerdem hat der Rheinisch-Westfälische Verband 1000 Mk. aus seinen Mitteln zur Verfügung gestellt. Mit diesen Mitteln habe man insbesondere das Fachzeichen propagiert. Festzustellen wäre als Erfolg dieser ganzen Maßnahmen, daß der Uhrenumsatz des Weihnachtsgeschäftes ein außerordentlich guter gewesen war im Gegensatz zu dem Schmuckwarengeschäft, das sehr zu wünschen übrigließ.

Nunmehr erteilt der Vorsitzende Herrn Dormeier (Berlin) das Wort. Herr Dormeier entwickelt in sehr eingehenden klaren Ausführungen den Reklameplan für 1928. Er zieht Parallelen zu den anderen Gemeinschaftsreklamen. Jeder Geschäftszweig versucht, einen möglichst großen Teil des Einkommens in seine Kasse zu leiten. Propaganda und Reklame wären immer Krieg, und das Uhrengewerbe darf nicht länger beiseite stehen, da es sonst immer mehr ins Hintertreffen kommen würde. Da im Verhältnis geringe Mittel zur Verfügung ständen, macht es sich notwendig, die Gemeinschaftsreklame so wirtschaftlich und trotzdem so wirksam wie nur irgend möglich aufzuziehen. Er hält das Zusammenwirken von Inserat, Plakat und Postkarte für das gegebene. Die Durchführung der Reklame auf dieser Grundlage sei allerdings nur möglich, wenn jeder Einzelne dabei mitwirkt. Er habe leider durch eigene Beobachtung feststellen müssen, daß vor Weihnachten nur in sehr wenigen Geschäften das ganzseitige Inserat aus der „Woche“ ausgehängt gewesen wäre, trotzdem es sämtlichen Uhrmachern zugesandt war. Auch von den Postkarten wurde nicht der Gebrauch gemacht, den man erhoffen konnte. Die Postkarten könnten sehr gut mit Firma versehen und mit großem Nutzen für das eigene Geschäft und für den Uhrenabsatz überhaupt zur Erledigung des Geschäftsbriefwechsels verwandt werden. Man dürfe auch nicht vergessen, daß 10000 Schaufenster über ganz Deutschland verteilt eine nicht zu unterschätzende Macht darstellen, die auszunutzen nur von dem guten Willen der einzelnen Kollegen abhängig sei. Die Kosten jeder Werbemaßnahme, also ganzseitiges Inserat, Herstellung der Plakate, Postkarten, Porto usw., Entwürfe, würden nach seiner Rechnung rund 20000 bis 22000 Mk. betragen. Bei dem von ihm aufgestellten Reklameplan sei es möglich, daß man sich je nach dem Eingang der Mittel beschränkt oder die Propaganda ausdehnt.

Herr Direktor König unterstreicht die Ausführungen des Herrn Dormeier, besonders in der Richtung, daß eine Gemeinschaftsreklame nur dann zum Erfolg führen könne, wenn sie getragen ist von dem Willen aller Berufsangehörigen. — In der nun einsetzenden Aussprache wurde insbesondere die Frage erörtert, wie es möglich wäre, die notwendigen Mittel aufzubringen. Die Erfahrungen, die die einzelnen damit gemacht haben, wurden bekanntgegeben. Aus allen Ausführungen ging hervor, daß es wohl möglich wäre, die Kollegen von der Notwendigkeit der Gemeinschaftsreklame zu überzeugen, wenn man mit der nötigen Energie und dem unbedingt erforderlichen Optimismus an die Sache herangehe. Gewiß macht es Schwierigkeiten, in den Innungen den Boden für die Gemeinschaftsreklame vorzubereiten und die Mitglieder zu überzeugen, daß es notwendig wäre, die Mittel selbst aufzubringen. Unter allen Umständen müsse auf eine stärkere Staffelung der Beiträge gesehen werden. Die