

Sterbekasse sehr günstig eingewirkt. Von den Herren Kunze, Hartmann, Werdo, Fleig, Walter, Volkert und Bierhenke werden daraufhin Einzelheiten der Sterbekasse besprochen, so die Schwierigkeit, Beitragserhöhungen in der Provinz durchzuführen, und ebenso die Frage, wie es sich verhalte, wenn die Frau ebenfalls Mitglied der Sterbekasse sei. Direktor König erklärt dazu, daß bei der Sterbekasse alle Mitglieder gleich behandelt werden müßten. Auf eine strenge Kontrolle darüber, daß die Beiträge wirklich eingezahlt seien, könne der Zentralverband nicht verzichten.

Die Versammlung nimmt darauf einstimmig einen Antrag an, daß die Haushaltsaufstellung möglichst ausführlich schon vor der Reichstagung den Unterverbänden zugestellt wird, und einen weiteren Antrag, daß die Frage der Beitragserhöhung für dieses Jahr zurückgestellt werden solle, daß aber, wenn nötig, der nächsten Reichstagung ein entsprechender Antrag zugehen solle. Geschäftsführung und Kassenführung erhalten daraufhin einstimmig die Entlastung.

Herr Kerckhoff erklärt darauf, daß es trotz des Widerstandes des Wirtschaftsverbandes der Deutschen Uhrenindustrie gelungen sei, auch diesmal

eine Fachausstellung

zustande zu bringen. Der Zentralverband habe aber in Stuttgart dem Wirtschaftsverband deutlich zum Ausdruck gebracht, daß er sein Vorgehen als Unfreundlichkeit empfinde, und ebenso dem deutschen Uhren-Grossistenverband, der bereits erklärt hat, daß er seinen Beschluß einer Revision unterziehen will. Zum ersten Male habe der Zentralverband diesmal auch eine von der Fachausstellung völlig getrennte

Publikumsausstellung

geschaffen, für die die Stadt Magdeburg lebhaft erworben habe. Für die reichhaltige historische Ausstellung gebühre besonderer Dank dem Kollegen Triebold (Hannover), der seine kostbare Privatsammlung zur Verfügung gestellt habe. Demonstrationsmodelle und Schmuckgegenstände seien ebenfalls in reicher Zahl ausgestellt, und die Industrie habe diese Ausstellung gern unterstützt, weil sie das Werbende einer solchen Veranstaltung wohl eingesehen habe. Sicherlich sei diese Ausstellung auch eine gute Propaganda für das Uhrmachergewerbe.

Herr Kerckhoff kommt dann auf die öffentliche Aussprache mit dem Wirtschaftsverband der Deutschen Uhrenindustrie zu sprechen und schildert, wie sein Gegenartikel zu dem Aufsatz von Dr. Dienst sehr günstig gewirkt habe. Dr. Dienst habe selbst eine Aussprache angeregt. Direktor König und er seien dann nach dem Schwarzwald zu Junghans gefahren und hätten sich hier, ehe sie noch sich hätten aussprechen können, sämtlichen Fabrikanten gegenüber gesehen, hätten aber trotz dieser Überraschung den Standpunkt des Zentralverbandes mit gutem Erfolg verteidigen können. Den Vorschlägen, die die Fabrikanten bei dieser Besprechung machten, hätte er und Direktor König nicht zustimmen können, so vor allem mußten sie auf ihrer Gegnerschaft gegen die Fabrikmarke beharren, ebenso die Festsetzung von Verkaufspreisen von Fabrikanten ablehnen. Die

Belieferung der Warenhäuser

sei in der Sitzung vom 5. August in Stuttgart eingehend besprochen worden, vom Zentralverband seien dabei zugegen gewesen die Herren Fleig, Hoffmeister, König und Kerckhoff; der Wirtschaftsverband und der Grossistenverband hätten durch die Entsendung ihrer prominentesten Vertreter zu erkennen gegeben, daß sie die Lage als sehr ernst auffassen.

Zur Frage Fabrik- oder Handelsmarke lasse dankenswerterweise Direktor König jetzt durch einen Wissenschaftler eine gründliche Darstellung ausarbeiten. In Stuttgart hätten die Vertreter des Zentralverbandes mit aller Entschiedenheit erklärt, daß sie kein Interesse an der Fabrikmarke hätten. Die Frage der Gemeinschaftsreklame hätten sie den Partnern der Verhandlung noch einmal zu gründlicher Überlegung empfohlen und erklärt, daß der Zentralverband nur eine allgemeine Reklame mit dem Fachzeichen mitmache.

Herr Lechner erklärt dazu, wenn die Handelsmarke durchgesetzt werde, dürfe nur der Zentralverband Verteiler der Uhren sein, weil sie sonst wieder in das Warenhaus kämen. Herr Kerckhoff bittet Herrn Lechner um schriftliche Äußerung zu diesem Punkte, damit er auf einer anderen Sitzung besprochen werden kann. In der

Frage der Verkaufspreise

ist, wie Herr Kerckhoff berichtet, ein kleiner Umschwung bei den Fabrikanten festzustellen, insofern sie nämlich erklärten, daß sie kein vitales Interesse mehr daran hätten. Vom Zentralverband sei erklärt worden, daß die Uhrmacher keine von den Fabrikanten festgesetzten Verkaufspreise wünschen, aber gern bereit seien, die Mitglieder des Zentralverbandes über die Kalkulation aufzuklären und die Erziehungsarbeit an den Außenseitern und Schleuderern zu betreiben. Schwierigkeiten mache die Frage der Halbgrossisten: der Großkäufer solle einen Preisnachlaß bekommen, dürfe ihn aber nicht zum Schaden der Kollegen ausnutzen. Daher sei der von Direktor König in Stuttgart gemachte Vorschlag sehr gut: eine Umsatzprämie in Form eines Rabattes bei einem Umsatz von mindestens 20000 RM. Dieser Rabatt soll am Ende des Jahres ausgezahlt werden. Wichtig zur Abwehr von Schädigungen des Gewerbes sei, daß die Kalkulation sich nicht auf dem ermäßigten Nettopreise aufbaue.

Im Briefwechsel mit Dr. Dienst sind dann, wie Herr Kerckhoff weiter ausführt, die Fragen weiter gefördert worden. Die großen Mittel für die Gemeinschaftsreklame aufzubringen, erklären die Fabrikanten sich jetzt außer Stande. Die Beteiligung der Industrie an den Ausstellungen bei Reichstagungen soll wieder zur Erörterung gestellt werden, das Verbot, in den Festschriften der Unterverbände zu inserieren, ist wieder aufgehoben worden. Der Zentralverband könne daher ein Eingehen der Industrie auf die Wünsche der Uhrmacher wohl verzeichnen. Man habe den Eindruck, daß die Industrie wieder mehr Gewicht auf die Uhrmacher lege.

Die Gemeinschaftsreklame des Zentralverbandes im letzten Jahre habe ein Fiasko erlitten und zur Erkenntnis geführt, daß eine allein von den Uhrmachern getragene Gemeinschaftsreklame unmöglich sei. Der Vorstand schlage daher vor, die Propagandaabteilung des Zentralverbandes bestehen zu lassen, den Unterverbänden, die ein Interesse daran haben, die Reklame für ihre Bezirke freizustellen und die rund 10000 RM., die für diesen Zweck vorhanden seien, prozentual wieder zurückzuzahlen.

Herr Kormann berichtet dazu, daß man in Österreich mit der Gemeinschaftsreklame ganz ähnliche Erfahrungen gemacht habe. Auf Boykottdrohungen hin habe man es aber erreicht, daß die Firmen jetzt freiwillig und prozentual ihre Beiträge geben, die recht ansehnlich seien und mit deren Hilfe die Reklame recht gute Fortschritte gemacht habe. Die Reklame in Österreich soll 3 Jahre lang durchgeführt werden.

Herr Werdo (Hamburg) weist auf Schwierigkeiten bei dieser Werbung hin: in Hamburg seien 50% der