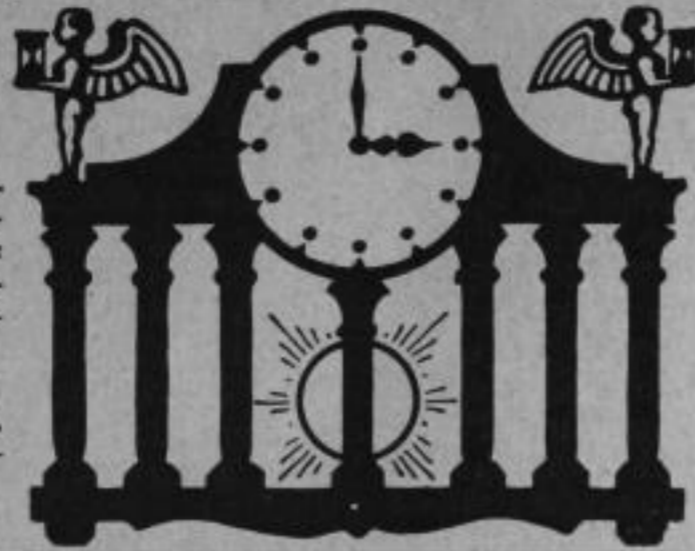


# Die Uhrmacher-Woche



**Verlag und Schriftleitung:** Leipzig C 1, Talstraße 2.  
Fernruf: 22991 und 22993. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. Postscheck-Konto: 4107. Bank-Konto: Allgemeine Deutsche Credit-Anstalt, Abteilung Becker & Co., Leipzig, Reichsbank-Girokonto.

**Geschäftsstellen:** Pforzheim, Simmlerstraße 4  
Fernruf: Nr. 1621. — Berlin: Emil Rogge, Friedenau, Fräufelstraße 7. Fernruf: Rheingau 6631. — Amsterdam, N. Z. Voorburgwal Nr. 187—227.

**Bezugspreis für Deutschland** vierteljährlich 5,25 R.-M. (einschl. 0,54 R.-M. Überweisungsgebühr).

**Anzeigenpreis:** Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite 0,24 R.-M., für Stellenmarkt 0,15 R.-M., die  $\frac{1}{2}$  Seite 225,— R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Platzvorschrift 50% Zuschlag. Erfüllungsort Leipzig.

**Ausgabetag:** Jeden Sonnabend. Annahmeschluss für kleine Anzeigen: Mittwoch früh, unverbindlich.

37. Jahrgang

Leipzig, 19. April 1930

Nummer 17

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten

## Preisfestsetzung und Preisinserierung

**Aussprache am 10. April in Berlin zwischen dem Wirtschaftsverband der Deutschen Uhrenindustrie, dem Verband Deutscher Uhrengrossisten, den Schweizer Taschenuhrfabrikanten, den Handelsmarkenorganisationen: Alpina, Ankra, Tellus und ZentRa sowie dem Zentralverband der Deutschen Uhrmacher**

Auf Einladung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher fand am 10. April in Berlin eine Aussprache über das für das gesamte Uhrengewerbe wichtige Thema der Preisfestsetzung und der Preisinserierung statt. Geleitet wurde die Sitzung von dem Vorsitzenden des Zentralverbandes, Herrn E. Kerckhoff, Neuwied. Anwesend waren folgende Herren:

### Anwesenheitsliste:

Direktor Savoye, St. Imier; G. Verdau, Berlin (Longines); A. Vallrat, Biel, Ch. Piaget, Biel (Omega); Kliem, Hamburg (Zenith); P. Landenberger, Schramberg (Hamburg-Amerikanische Uhrenfabrik); E. Jung, Schweningen (Fr. Mauthe); Brunkhorst, Schweningen (Kienzle-Haller); Dr. Bühler, Freiburg (Vereinigte Freiburger Uhrenfabriken); Dr. R. Thiel, Ruhla (Gebr. Thiel); Popitz, Leipzig (DUFA); E. Junghans, Schramberg, Fr. Barth, Schramberg (Uhrenfabriken Gebr. Junghans); Borkenhagen, Berlin (Haller); A. Fanta, Berlin (Eterna); von Besnard, Berlin (Kienzle Uhrenfabriken); A. Filius, Berlin (Omega); von den Handelsmarkenorganisationen: Direktor Rothmann, Berlin, E. Bock, Braunschweig (Alpina); M. Alex, Kottbus, R. Engel, Leipzig (Ankra); W. Ulrich, Frankfurt (Tellus); Dilger, Köln, Krag, Minden, Peghold, Berlin (ZentRa); vom Wirtschaftsverband der Deutschen Uhrenindustrie: Dr. Dienst, Donaueschingen; vom Verband Deutscher Uhrengrossisten: C. Goldschmied, Leipzig, F. Tiedt, Berlin, M. Sorge, Berlin; (Einkaufsgenossenschaft Berlin); Basch, Berlin; von der Fachpresse: Naumann, Leipzig (Uhrmacher-Woche); Kames, Berlin (Deutsche Uhrmacher-Zeitung); Fulde, Köln (Westdeutsche Uhrmacher-Zeitung); König, Halle (Uhrmacherkunst); als Gäste: Dr. Felsing, Berlin; Carstensen, Köln; Glage, Köln; Oberingenieur Voigt, Berlin (Siemens & Halske); vom Zentralverband der Deutschen Uhrmacher: Kerckhoff, Neuwied; Gohlke, Berlin; Firl, Erfurt; von der Geschäftsstelle des Zentralverbandes: Verbandsdirektor König; Brödersdorf, Halle a. d. S.

Der Vorsitzende, Herr Kerckhoff, wies in der Einleitung darauf hin, daß der Zweck der heutigen Aussprache sei, eine Klärung der wichtigsten Frage herbeizuführen, die das Uhrmachergewerbe seit Jahren bewegt. Bekanntlich habe die Reichstagung in Eisenach den fast einstimmigen Beschluß gefaßt, daß die Festsetzung von Publikums-Verkaufspreisen durch die Fabrikanten abzulehnen sei; ebenso lehnte die Reichstagung die Nennung von Verkaufspreisen in Anzeigen ab. Man könne auf der heutigen Sitzung keinen abändernden Beschluß fassen. Man müsse aber die Behandlung der Frage in den Fachzeitungen freigeben, da durch die wirtschaftliche Entwicklung eine erneute Stellungnahme der Reichstagung herbeigeführt wer-

den müßte. Wenn wir auch die Fabrikanten nicht zwingen könnten, sich unseren Wünschen anzupassen, so habe doch die Fabrikation das größte Interesse, gemeinsam mit dem Einzelhandel derartig schwierige Fragen einer befriedigenden Lösung zuzuführen. Erneut wurde die Frage aufgerollt durch das Vorgehen der Firma Gebr. Thiel, die in ihren Inseraten in den illustrierten Zeitungen eine Preisangabe für die billigste Uhr gebracht hätte. Zunächst wolle er sich jeder Stellungnahme enthalten, um eine vollständig freie Aussprache zu ermöglichen.

Herr Verbandsdirektor König gab sodann bekannt, daß von den Vereinigungen des Zentralverbandes: Provinzialverband Schlesien, Uhrmacherinnung Köln, Uhrmacher- und Goldschmiede-Zwangsinnung Aachen-Land und Unterverband Nordwest, Bremen, Protesterklärungen gegen die Preisfestsetzung und Preisinserierung eingegangen wären. Ebenso hätte die Uhrenfabrik IWC, Schaffhausen, ihr Nichterscheinen entschuldigt und ihre Stellungnahme, die sich gegen die Preisfestsetzung und Inserierung richtet, in einem Schreiben mitgeteilt. Herr König gab der Hoffnung Ausdruck, daß es in der heutigen Aussprache gelingen möge, eine Verständigung zu erzielen, der alle Beteiligten aus innerer Überzeugung zustimmen könnten.

Herr Direktor Dr. Thiel führte aus, daß nach seiner Überzeugung die Reklame seiner Firma in keiner Weise gegen die Reichstagsbeschlüsse Eisenach verstoße. Die Reichstagung habe sich gegen die Festsetzung bestimmter Verkaufspreise und gegen die Inserierung dieser festgesetzten Verkaufspreise ausgesprochen. In den Inseraten der Firma Thiel sei lediglich ein ungefährer Preishinweis enthalten, da nur gesagt werde, daß Thiel-Uhren schon zum Preise „von 5 RM an“ in den Fachgeschäften zu kaufen seien. Dieser Preis sei nicht gebunden, da Thiel-Uhren zu höheren und zu niedrigeren Preisen von den Uhrmachern verkauft worden wären und werden. Die Firma Thiel habe geglaubt, mit dieser Propaganda dem Uhrenfachgeschäft zu nützen und dazu beizutragen, daß auch die billige Uhr in den Fachgeschäften und nicht im Warenhaus gekauft werde. Wenn man das erreichen wolle, müsse man dem Publikum einen Preis nennen. Es genüge nicht, zu sagen, Thiel-Uhren seien billig, weil der Begriff billig je nach der Käuferschaft sehr verschieden verstanden wird. Er halte es deshalb grundsätzlich für richtig, in den Anzeigen seiner Firma einen Preishinweis zu bringen. Er habe lediglich,

Nr. 17. 1930 · Die Uhrmacher-Woche 311