

## Niederschrift

über die Verhandlungen der Reichstagung am Montag, den 27. Juni, und Dienstag, den 28. Juni 1921, zu Stuttgart.

### Reichstagung.

(Fortsetzung.)

Kochendörffer, Vorsitzender: Wir kommen wieder zu Punkt 13:

#### Die Reklame der Uhrenfabriken in den Tageszeitungen. Markenuhren.

Soweit ich die Stimmung der Versammlung beurteile, glaube ich, dass die Herren Kollegen der Ansicht zuneigen, dass die Herren Fabrikanten ihre Markenuhren nur in den Fachblättern anpreisen und dass der Uhrmacher es sein soll, der die Ware dem Publikum anbietet. Es ist der Wunsch der Uhrmacherschaft, dass die Herren Fabrikanten in Zukunft ihre Ware nicht mehr in den Tageszeitungen anbieten.

Ich bitte Sie, hierzu das Wort zu ergreifen, ob Sie derselben Meinung sind und ob wir einen Beschluss in dieser Richtung herbeiführen sollen.

Schwank (Köln): Die Delegierten des von mir geleiteten rheinisch-westfälischen Verbandes der Uhrmacher und Goldschmiede stellen folgenden Antrag:

Die Markenreklame der Uhrenfabriken in den Tageszeitungen ist abzulehnen. Eine allgemeine Reklame für die Uhr ist zu befürworten, selbst zu befürworten, wenn die deutschen Uhrmacher ein Opfer dafür bringen, insbesondere für die deutsche Uhr. Die Reklame für Markenuhren im besonderen muss jedem einzelnen Uhrmacher überlassen bleiben.

Muschan, Direktor (Glashütte): Meine sehr verehrten Herren Kollegen! Ich ergreife nicht aus eigenem Antrieb das Wort, sondern nur auf allseitigen Wunsch der Mitglieder unserer Firma. Ich soll Ihnen ganz eindringlich sagen, was kommen könnte, wenn Sie die Reklame in den Tageszeitungen grundsätzlich verbieten würden. Ich möchte mich genau derselben Worte bedienen, die Herr Direktor Junghans gebraucht hat. Ihre Äusserung heute, ob sie für oder gegen eine Reklame ist, kann für meine Firma und für die Mitglieder meiner Genossenschaft nur eine Richtlinie sein und keine Entschliessung. Ueber das Wohl und Wehe unserer Firma hat letzten Endes nur die Generalversammlung zu entscheiden. Da wird es für Sie interessant sein, zu hören, dass ich mehrere hundert Briefe bekommen habe, die sich grundsätzlich für die Markenreklame in den Tageszeitungen einsetzen. Ja, warum? Aus einem sehr einfachen Grunde. Wer von Ihnen ist in der Lage, ein grosses Lager unserer Fabrikate, einer guten Qualitätsware, zu führen? Ich wage zu behaupten, noch keine 20 % der gesamten Uhrmacherschaft. Die Mitglieder meiner Genossenschaft sind es gewöhnt, erst dann eine Auswahl zu bestellen, wenn die Nachfrage vorhanden ist. Die Nachfrage kann nur durch Tageszeitungen geweckt werden. (Zuruf: Sehr richtig!) Vor 3 Jahren hat noch kein Mensch im Deutschen Reiche gewusst, dass es eine deutsche Präzisionsuhrenfabrik gibt, die die deutschen Uhrmacher gebaut haben. Ich kann Ihnen Hunderte von Beispielen nennen, dass viele Deutsche noch nicht gewusst haben, dass Glashütte in Deutschland liegt, die angenommen haben, Glashütte sei ein Ort in der Schweiz. Wenn Sie heute beschliessen wollen, dass eine derartige Reklame unterbleibt, wie wollen Sie dann die deutsche Industrie vorwärts treiben? (Zuruf: Sehr richtig!)

Es ist damit nicht getan, dass wir in den Fachzeitungen inserieren. Wie viele Uhrmacher möchten sich doch so gerne eine grosse Auswahl unserer Fabrikate hinlegen. Wer ist heute in der Lage dazu? Wenn Sie nur drei verschiedene Sorten haben, so haben Sie sich gleich mit 14000 bis 15000 Mk. festgelegt. Wer kann das von Ihnen? Das können wohl einzelne Inhaber grösserer Geschäfte, der mittlere und kleine Uhrmacher — und aus diesen Kreisen setzt

sich meine Genossenschaft zusammen — kann das nicht. Infolgedessen muss ich für meine Firma erklären, dass die Entschliessung, die Sie fassen werden, ob für oder gegen, lediglich eine Richtlinie für unsere Generalversammlung sein wird. Ich werde in der nächsten Generalversammlung Ihre Entschliessung vorbringen. Ob diese Entschliessung von den Mitgliedern meiner Genossenschaft angenommen wird, kann ich heute weder zustimmend noch in entgegengesetztem Sinne beantworten.

Ein weiterer Punkt. Jeder Kaufmann, und als solcher stehe ich im Moment vor Ihnen, hat die Verpflichtung für seine Firma, die Lebensfähigkeit in jeder Beziehung auszunutzen, auch in bezug auf Reklame. Es dürfte Ihnen nicht unbekannt sein, dass man mit grossen Abschlüssen bedeutend billiger fährt als nur mit ein- oder zweimaligem Inserieren. Ich kann Ihnen sagen, dass wir für verschiedene hunderttausend Mark Abschlüsse laufen haben, die im Jahre 1925 ablaufen. Wenn Sie heute zu dem Entschluss kommen, die Markenreklame auch in den Tageszeitungen zu verbieten, wollen Sie mir dann gleichzeitig das Geld einschicken, um diese Abschlüsse freimachen zu können? Es sind ungefähr 700000 Mk. Wenn Sie dazu in der Lage sind, würde ich Ihrem Wunsche ohne weiteres Rechnung tragen und die Annahme Ihres Vorschlages empfehlen. Aber ich glaube noch nicht einmal, dass ich damit Ihren Wünschen Rechnung tragen würde. Wie setzt sich denn heute das Geschäft zusammen? Ich habe mit Kollegen Rücksprache genommen, die erklärten: Es ist absolut kein Geschäft zu machen, selbst dann nicht, wenn wir Reklame machen. Ein grosses Haus der Branche in einer norddeutschen Stadt, das Ihnen allen bekannt ist, hat seit Januar bis heute einen gewissen Artikel annonciert. Es hat bis heute noch kein Geschäft in diesem Artikel gemacht. Nun stellen Sie sich die Auswirkung vor. Es ist gar nicht möglich, ein Industriezentrum mit einer Landstadt zu vergleichen, ebensowenig wie eine Provinzstadt mit einer Industriestadt zu vergleichen ist oder mit der Provinzhauptstadt. Es ist gar nicht möglich, eine Kollektivreklame von den Innungen oder den Vereinen aus zu betreiben. Haben Sie denn in den Innungen Reklamefachleute? Sehen Sie die Reklame in den Zeitungen an. Wie häufig sind die Klischees vollständig verwischt, gar nicht mehr zu sehen, nur noch ein schwarzer Klecks. Das kommt lediglich daher, dass ein Klischee, das für satiniertes gutes Papier berechnet ist, für Zeitungsreklame zur Verfügung gestellt wird und dafür nicht geeignet ist. Das würde sich bei einer solchen Reklame, wie sie von einer Seite hier vorgeschlagen wird, mit aller Deutlichkeit bemerkbar machen.

Wir haben langsam eine deutsche Taschenuhrindustrie gegründet. Ich kann Ihnen zu meinem Bedauern mitteilen, dass morgen in einem benachbarten Ort eine Firma gegründet wird, die, soweit mir bekannt ist, lediglich mit fremdem Kapital, nicht mit deutschem, gegründet wird. Es ist weiter bedauerlich, zu hören, dass sich allein die Handelskammer in Frankfurt dafür einsetzt, dass dieses fremde Geschäft in Deutschland Fuss fasse. Es ist mir unbegreiflich, dass sich Fachleute dafür einsetzen. Wir müssen mit aller Energie dafür sorgen, dass unsere deutsche Taschenuhr auf der Höhe bleibt, dass sie weiter vorwärts getrieben wird. Statt dessen bekommt es eine Handelskammer in Deutschland fertig, ein fremdes Unternehmen zu gründen, Boden, Arbeitskräfte und Arbeitsstätte zur Verfügung zu stellen. Glauben Sie, dass eine solche Firma, die meines Wissens nicht mit rein deutschem Kapital gespeist wird, auf eine Reklame verzichten