

Was können wir als Uhrmacher hiergegen tun? Wenn wir die Reklame für deutsche Ware zulassen wollen, wie sollen wir uns dann gegen die Reklame der Schweizer Marken wehren? Das ist eine Unmöglichkeit. Aus diesem Grunde, aus dieser nationalen Erwägung heraus, bin ich schon vor Monaten, vor 2 Jahren schon in Leipzig gegen die Markenreklame aufgetreten. Nicht etwa um die deutsche Uhrenfabrikation zurückzudrängen, sondern um uns gegen die ausländischen Marken wenden zu können.

Welche Zustände bekommen wir, wenn wir die Markenreklame dulden? Dann müssen wir sämtliche Fabrikate auf Lager halten, bloss um Geschäfte machen zu können. Liegt es denn letzten Endes im Interesse der Fabrikanten, eine derartige Reklame zu machen? Jetzt hat der Fabrikant immer noch die freie Konkurrenz bei seinen Kunden, und er hat die Möglichkeit, seinem Kunden  $\frac{1}{2}$  Dutzend Hausuhren zu verkaufen. Wenn der Kunde aber verschiedene Fabrikate auf Lager halten muss, kann er nur eine Uhr verkaufen. Der Fabrikant bildet sich selbst seine Konkurrenz.

Das sind Momente, deren Tragweite Sie nicht verkennen werden. Ich möchte Ihnen aus diesen Gründen dringend raten, heute die Entschliessung zu fassen. (Zuruf: Sehr richtig!)

Es ist von Herrn Direktor Muschan gesagt worden: „Wir müssen unsere Uhren absetzen.“ Die Genossenschaft Glashütte hat in ihrem Statut einen Satz, dass nur Mitglieder beliefert werden dürfen. Ich weiss nicht genau, wieviel Mitglieder die Genossenschaft heute zählt, wohl annähernd 2000. (Zuruf: Nein, 1200.) Wir haben in Deutschland 15000 Uhrmacher. Wenn die Genossenschaft eine grössere Markenreklame macht, können nur die 1200 Uhrmacher davon absetzen, die übrigen 13800 Uhrmacher können keine Uhren der Genossenschaft verkaufen. (Zuruf: Sie können sich als Mitglied anmelden.) Der Herr Direktor sagt, sie können sich anmelden. Ich würde das begrüssen, wenn alle 15000 deutschen Uhrmacher Mitglied der Genossenschaft würden. Ich persönlich wünsche der Genossenschaft besten Erfolg. Wir wissen ganz genau, dass dieser Zustand nicht erreicht werden wird.

Wenn Sie diesen Ausführungen folgen, kann es nur eines für Sie geben: Hinweg mit der Markenreklame der Uhrenfabriken und der Tageszeitungsreklame, die sich persönlich an das Publikum wendet!

Ich will aber nicht nur niederreissen, sondern in dem gleichen Augenblick, in dem ich das eine verurteile, habe ich auch die Aufforderung zum Aufbauen, zum Aufbau der

deutschen Uhrenindustrie. Ich unterstütze voll und ganz den Gedanken, dass die deutsche Uhrenfabrikation aus nationalen Gründen, im Interesse unseres Wiederaufbaues jede denkbare Förderung erfahren muss. Was Herr Direktor Muschau als unmöglich bezeichnet hat, nämlich die indirekte Reklame, ist möglich. Es ist das auch nicht mein Gedanke. Das ist im Lande der vorbildlichen Reklame, in Amerika, seit Jahren durchgeführt. Dort ist schon seit Jahren ein besonderer Verband für die Reklame gegründet. Dieser Verband bezweckt die Aufbringung besonderer Mittel für die grosse Reklame in den amerikanischen Zeitungen für den Absatz von Uhren, und nicht nur von Uhren, sondern auch von Nebenartikeln. In Amerika haben wir bereits das Schulbeispiel, und was dort möglich ist, sollte bei uns bei einigermaßen Einheit und Geschlossenheit nicht unmöglich sein. Wenn die Allgemeinheit den guten Willen aufbringt, werden wir bald etwas erreichen.

Herr Muschan hat weiter gesagt, es fehlten den Uhrmachern die Reklamefachmänner. Er wird schon konzedieren müssen, dass wir auch eine kleine Ahnung von der Reklame haben. Die Fachzeitungen haben sich bisher voll und ganz in ihren Dienst gestellt. Das ist das eigenste Gebiet der Fachzeitung. Glauben Sie, dass die Fachzeitungen hier versagen werden? Sie dürfen dessen versichert sein, dass wir Sie bei einer solchen Propaganda in jeder Beziehung mit Rat und Tat unterstützen werden. Es braucht nicht jeder von Ihnen ein Reklamefachmann zu sein. Es genügt, wenn die führenden Leute in den Zentralverbänden Ihnen die Richtung weisen, wenn sie den Ton angeben für diese neue Art der Reklame. Wenn Sie das im Auge behalten und so die Sache verfolgen, dann werden Sie das erreichen, was uns deutschen Uhrmachern dienlich ist, nämlich Freiheit in unserer Entschliessung. Sie werden weiter erreichen, dass von der Fabrikation eine gute konkurrenzfähige Ware geboten werden muss, dass die deutsche Fabrikation künftig nur durch ihre Güte und nicht durch ihre Reklame wirken dürfte. Wir werden weiter erreichen, dass unsere deutsche Uhrenindustrie zu einem Preise wird offerieren können, der für uns alle notwendig und erspriesslich ist.

Ich bitte Sie dringend: Gehen Sie heute nicht ohne einen Beschluss auseinander, vertagen Sie die Sache nicht. Es könnte dann eintreten, dass in der Zwischenzeit nochmals für 500000 Mk. Verträge abgeschlossen werden. Damit kommen Sie nicht weiter. Machen Sie heute einen Strich unter die Rechnung. Das wird gut sein für unsere Uhrmacherschaft. (Bravo!)

(Fortsetzung folgt.)

### „Preise und Lieferzeit freibleibend“.

*Bei den augenblicklichen Zeitverhältnissen wird von den Lieferanten wieder versucht, die obigen Bedingungen den abgeschlossenen Verträgen zu unterlegen. Dadurch entstehen die bekannten Gefahren für den Bezieher. Wir veröffentlichen nachstehend ein Gutachten, welches unser Ehrensyndikus, Herr Dr. jur. W. Felsing, in einem aus früherer Zeit stammenden Prozess erteilt hat. Der darin entwickelte Rechtsgedanke ist unseres Wissens noch nicht in dieser präzisen Form aufgestellt worden.*

*Wir müssen bei dieser Gelegenheit an alle unsere Verbandsmitglieder den dringenden Rat richten, wenn ein Vertragsabschluss mit der obigen Klausel nicht vermeidbar ist, sich wenigstens ein Rücktrittsrecht auszubedingen, sobald die Preise einen gewissen Aufschlag erreichen oder überschreiten.*

Sowohl im Uhrengewerbe, als in der Edel- und Unedelmetallindustrie war es in den Nachkriegsjahren üblich geworden, dass die Erzeuger Lieferaufträge nur mit der Klausel annahmen: „Preise und Lieferzeit freibleibend.“ Der Bezieher ist durch den Abschluss eines solchen Vertrages grundsätzlich

gezwungen, zu den vom Lieferer einseitig festzusetzenden Zeiten und Preisen abzunehmen. Er kann zwar bei verzögerter Lieferung dem Lieferanten nach BGB. § 326 eine angemessene Frist setzen, mit der Erklärung, dass er die Annahme der Leistung nach dem Ablauf der Frist ablehne; hierdurch kann er sich aber nur gegen ungebührliche und dolose Lieferungsverzögerungen schützen.

Ein Rücktrittsrecht hat der Besteller grundsätzlich nicht, sobald bei veränderten Verhältnissen angemessene Preiszuschläge vom Lieferer verlangt werden.

Andererseits darf dieser aber nicht willkürliche Preiserhöhungen vornehmen. Die Berechtigung zu Preisauflagen hat vielmehr ihre Grenze in der Bestimmung von BGB. § 315, wonach die Preisbestimmung „nach billigem Ermessen“ zu treffen ist.

In dem vorliegenden Falle ist die Bestellung mit der Klausel: „Preise und Lieferzeit freibleibend“ und zu Grundpreisen aufgenommen worden mit einem für das Bestelldatum massgebenden Aufschlag von 125 %. Der Bezieher hat bis zu einem weiteren Aufschlag von 100 %, d. h. ins-