

schutzfähig war, vorgeschlagen wäre. Die beste Kritik ist immer, wenn man etwas Besseres an die Stelle des alten setzen kann. Das Reklamematerial der Centra scheint Herr Bistrick nicht zu kennen. Es hält jeder wirklich sachkundigen Kritik durchaus stand. Es ist auch nicht von Verbandsmenschen geschaffen worden, sondern von einem Reklamefachmann, der für erste Firmen, wie sie auch Herr Bistrick nennt, arbeitet.

Herr Bistrick hätte seine Ausführungen bis auf einige unsachliche Seitenhiebe, namentlich aber bis auf seine Schlußsätze, ruhig veröffentlichen können, und eine sachliche, ruhige Aussprache darüber war möglich. Was würde Herr Bistrick sagen, wenn man ihm als Beweggrund für seine ganzen Ausführungen unterschieben wollte, daß er nur in seinem eigenen egoistischen Interesse handelt, daß er nicht der Sache wegen einen neuen Kampf und eine neue Gefahr für das ganze Uhrmachergewerbe heraufbeschwört, sondern aus Freude an diesem Zwiespalt und aus Lust an diesem Kampf? Würde Herr Bistrick eine derartige Unterstellung angenehm empfinden? Würde er darüber sehr erfreut sein, oder würde er sie nicht als Kränkung oder gar Beleidigung empfinden? Das mag sich Herr Bistrick fragen, wenn er nochmals seine letzten Sätze durchliest. Das Mindeste, was man von den Mitgliedern des Zentralverbandes, insbesondere aber von dem Führer eines Unterverbandes verlangen kann, ist wohl das, daß er die Ehrlichkeit und die Anschauung eines jeden Menschen achtet. Wenn das nicht geschieht, dann ist eine sachliche Zusammenarbeit überhaupt nicht möglich, dann bedeutet das den Anfang vom Ende. Wohin soll es führen, wenn jeder einzelne glaubt, leichtfertig mit der Ehre der Männer umzugehen, die sich in opferwilligster Weise an die Spitze der Organisation gestellt haben!

W. König.

### Das freie Wort zur Gemeinschaftsreklame

Es ist heute für jeden, der die Entwicklung mit Interesse verfolgt hat, zur Gewißheit geworden, daß sich die Gemeinschaftsreklame in ihrer anfangs beabsichtigten Art als undurchführbar herausgestellt hat. Und wenn auch die Tatsache nicht bestritten werden kann, daß in vielen Orten kräftige und wirksame Versuche gemacht sind von Innungen und Unterverbänden, so steht ebenso fest, daß für unablässig andauernde Weiterwerbung dieser Art die Kräfte versagen und auch die Geneigtheit, dafür Opfer zu bringen. Warum? Es fehlt den deutschen Uhrmachern — auf die Gesamtheit gesehen — der weitausschauende klare Blick auf die fortschreitende Entwicklung. Da können die Führer der Organisation unermüdlich auf die großen Erfolge aller anderen Erwerbsgruppen hinweisen, z. B. der Beamtenverbände — es nützt nicht. Die Uhrmacher bleiben die kurzsichtigen Handwerker — und für die Gemeinschaftsreklame ist kein Interesse und kein Geld. Darum sollen jetzt die Fabrikanten und Großhandlungen auf dem Wege der Umlage die Finanzierung übernehmen und die Münchener Reichstagung soll den deutschen Uhrmachern das noch fehlende  $\frac{1}{3}$  % aufdrücken. Und dann soll es losgehen und es wäre alles in Ordnung. Wenn nicht die Alpina wäre! — Diese hat nun mit dürren Worten erklärt: Wir gehen unsere eigenen Wege! Unsere öffentliche Reklame bleibt! Es lebe die Alpina! — Die Stuttgarter Reichstagung hatte beschlossen, den Fabrikanten die Einstellung ihrer Markenreklame aufzugeben, diese fügten sich bereitwillig — aber die öffentliche Markenreklame der Alpina blieb. Als Beruhigungspulver versichern uns nun unsere lieben Offiziösen: Ja, Bauer, das ist ganz was anderes; und auch die Fachpresse gibt dazu die schöne Definition: Die Markenreklame der Alpina fällt „juristisch und formell nicht unter den Stuttgarter Beschluß! — Hier, deutsche Uhrmacherkollegen, liegt der Schlüssel zu der unheilvollen Weiterentwicklung, wie sie nun vor unseren Augen liegt. Was den Fabrikanten versagt wird, soll der Alpina erlaubt sein. Und der in Einzelheiten über die Schnur gehende Artikel des geschätzten Kollegen Bistrick trifft hier den Nagel auf den Kopf: Es ist von Anfang an die verwerfliche Art der Alpina-Reklame von der moralischen auf die juristische Seite gezogen worden. Man machte sich weniger Kopfschmerzen über die Tendenz und die verderbliche Wirkung. Die Frage war vielmehr: Haben wir unbedenkliche Handhaben, dagegen vorzugehen? — Warum soll die Alpina-Reklame von dem Stuttgarter Beschluß nicht berührt sein? Etwa weil die Alpina keine Fabrik ist? Sie will aber doch das kaufende Publikum systematisch nach der Richtung hin täuschen, sie sei eine Fabrik. Dafür ein Beweis von vielen. Gelegentlich einer Hauptausschußsitzung ging ich durch die Straßen der Stadt. In dem großen Schaufenster eines Uhrmachers sah ich ein Demonstrationstableau mit der Unterschrift: Werdegang einer Alpina-Uhr. Dasselbe enthielt die fabrikmäßige Herstellung sämtlicher Einzelteile des Werkes in allen Phasen der Entwicklung, und zwar in schöner und die Aufmerksamkeit erregender Darstellung. Und über dem Schaufenster stand der Name des Uhrmachers: Heinrich Kochendörffer. Darum wollen wir uns weder einwickeln noch täuschen lassen: So wie hier gibt die Alpina dem kaufenden Publikum in ihrer öffentlichen Reklame noch heute zu verstehen, sie sei eine Fabrik. Und weil sie hierdurch beweist, daß sie das Publikum bewußt irreführt, so

kann meines Erachtens kein Zweifel sein, daß der Stuttgarter Beschluß sinngemäß die Alpina in erster Linie trifft. Ebenso muß ich als Teilnehmer an allen bisherigen Sitzungen des Hauptausschusses allerdings die Auffassung unterstreichen, daß die Behandlung der genannten Uebergriffe der Alpina die wünschenswerte Entscheidung seitens des Zentralverbandes vermissen ließ, was allerdings für die Eingeweihten nicht verwunderlich war.

Was soll nun werden mit unserer großzügigen Gemeinschaftsreklame? Und mit der Centra-Reklame? Die erstere würde — so verfahren, wie jetzt die Dinge liegen — der Alpina nur Vorspaandienste leisten, und die Lacher wären auf Seite der Alpina. Als Gegendruck dieser gegenüber schlägt nun der Zentralverband vor, den Fabrikanten die ihnen einst verübte Markenreklame jetzt zu empfehlen. Der Wirrwarr wird größer. Mag sein, daß dann die Hölle los ist. Sicher aber würde die Reklame der Fabrikanten diejenige der Alpina beeinträchtigen und verflüchtigen, und das kann für die Allgemeinheit nur wünschenswert sein. Erwägt man weiter, daß schon unsere Gemeinschaftsreklame von unseren Schultern nicht getragen werden konnte, so würde die noch daran zu hängende Centra-Reklame uns vollends den Atem nehmen, und beide Arten würden schon bei der Geburt tot sein. Ebenso hat sich klar gezeigt, daß die Centra-Reklame für sich ziemlich unwirksam war. Deshalb halte ich den Vorschlag des Kollegen Bistrick, die Gemeinschaftsreklame als Centra-Reklame auszubauen, für ganz undurchführbar. Darum: bei einem verzweifelten Uebel hilft nur verwegene Arznei. Der Stuttgarter Beschluß muß aufgehoben werden. Die Konkurrenz der Fabrikanten untereinander gibt einige Gewähr, daß die Uhrmacher nicht nötig haben werden, sich Bindungen auferlegen zu lassen.

Das ist der einzige Trost. Und die Reichstagung in München hat das letzte Wort.  
Ehrke.

## Innungs- u. Vereinsnachrichten

Schluß der Aufnahme in diese Rubrik für Berichte am  
Sonnabend, für Einladungen am Montag vor dem Erscheinen  
Wir bitten um größte Kürze in den Berichten

**Berlin.** (Freie Innung, Ortsgruppe Osten.) Die nächste Sitzung findet am Montag, den 14. März, bei Bober, Frankfurter Allee 271, statt. Beginn 8 $\frac{1}{2}$  Uhr.  
Der Vorstand.

**Halberstadt.** (Zwangsinnung.) Am 23. März, nachmittags 2 $\frac{1}{2}$  Uhr, findet unsere Frühjahrshauptversammlung in Halberstadt („Hackerbräu“) statt. Tagesordnung: 1. Verlesen der letzten Niederschrift. 2. Jahresbericht, Kassenbericht. 3. Bericht über die abgehaltene Gehilfenprüfung. 4. Haushaltsplan 1927/28. 5. Vorstandswahl (Kassierer und Schriftführer). 6. Wahl eines Delegierten und Stellvertreters zum Unterverband. 7. Antrag des Vorstandes: Staffelung der Beiträge. 8. Beschlußfassung über Auflösung der Sterbekasse „Hilfe am Grabe“. 9. Verschiedenes. Gratisverteilung der Osterplakate. Wir machen die Kollegen darauf aufmerksam, daß diese Versammlung ohne Entschuldigung strafpflichtig ist.  
Karl Bode, Obermeister. Paul Ventzke, Schriftführer.

**Gelsenkirchen.** (Zwangsinnung.) Jahreshauptversammlung vom 22. Februar. Begrüßung durch den Obermeister Herrn von Korff. Leider war durch den Austritt aus dem Verein selbständiger Kaufleute Protokollbuch und Jahresbericht noch nicht eingegangen, und mußte dieser Punkt bis zur nächsten Versammlung vertagt werden. Herr Beckmann als Kassierer gab den Eingang mit 1188 30 Mk. und den Ausgang mit 833.72 Mk. (Bestand 354.58 Mk.) bekannt. Als Kassenprüfer wurden die Herren Glomp und Tombrink gewählt. Herr Glomp berichtete nach eingehender Prüfung, daß nichteingegangene Beträge einen Ausfall von 630 Mk. ergeben hätten. Er bittet um Entlastung des Kassierers und daß die Innung für die gute Arbeit Herrn Beckmann ihren ganz besonderen Dank aussprechen möge; dieses geschah auch durch den Obermeister Herrn von Korff. Es folgte die Verteilung der Fachzeichen und eingehende Aufklärung durch Herrn von Korff. Die Eingänge, besonders wichtige, wurden von Herrn von Korff erläutert. Wegen der Abstempelung der 8kar. Uhren erklärte sich die Versammlung dafür. Wegen des Verbandstages Duisburg-Gelsenkirchen gab Herr von Korff eingehenden Bericht über den ganzen Vorgang der betreffenden Angelegenheit und die einzelnen Schreiben mit dem Verband. Die Versammlung erklärte sich vollständig einig mit dem Obermeister Herrn von Korff zur Aufrechterhaltung des Antrags, daß der Verbandstag in Gelsenkirchen abgehalten werden soll. Bei der Vorstandswahl wurden die ausscheidenden Herren Hillebrand und Müller auf allgemeinen Wunsch wiedergewählt. Die Herren Nakath und Degen haben die Meisterprüfung bestanden. Dem Verein selbständiger Kaufleute ist die Innung als solche nicht mehr angeschlossen, es ist aber jedem belassen, dabeizubleiben. Innungs-Gesamtbeiträge monatlich 2,35 Mk., welche in den Versammlungen zu zahlen sind;