

Bekanntmachungen der Verbandsleitung

Ausstellung anlässlich der Reichstagung München 1927. Infolge unserer ersten Aufforderung und der Ueber-sendung der Ausstellungsbedingungen und der Pläne ist ein großer Teil der Plätze bereits vergeben. Die Firmen, die sich an der Ausstellung, die diesmal besonders großzügig zu werden verspricht, beteiligen wollen, bitten wir, sich umgehend mit der Geschäftsstelle unseres Verbandes in Verbindung setzen zu wollen, damit wir ihnen die Ausstellungsbedingungen und den Lageplan übersenden können.

Zu den bis jetzt gemeldeten Ausstellern gehören die größten Uhren- und Goldwarenfirmer, ebenso die Firmen, die Optik, Kristallwaren, Musikwerke, Etais usw. vertreten.

Verkaufszentrale versteigert Uhren. Der Inhaber dieser unzulässigen Firma ist am 24. Februar vom Landgericht Berlin zu 150 Mk. Geldstrafe, im Nichtbeitrags-falle zu 10 Tagen Gefängnis und weiter zu 5 Mk. Geldstrafe verurteilt worden. Wir haben inzwischen weitere Strafanträge auf Grund der neuen, unwahren und irreführenden Inserierungen des Lehmann gestellt und ebenfalls die behördliche Schließung dieses unlauteren Geschäftsbetriebes beantragt.

A. Jasser, Liegnitz. Wir haben festgestellt, daß diese Firma an einen Uhrenhausierer Ware verkauft hat.

Vor Eingehen einer Geschäftsverbindung mit den nachstehenden Firmen empfiehlt es sich, unter Beifügung eines Freiumschlages vertrauliche Auskunft bei der Geschäftsstelle des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher in Halle einzuholen. Auskünfte werden nur an Mitglieder erteilt.

J. Angele (Stuttgart),
Carl Becker (Münster i. W.),
Martin Bergmeister (Villingen i. B.),
Emil A. Dietz (Pforzheim),
Max Glaß (Beuthen),
Alfons Grupp (Pforzheim),
Hiller Uhren A.-G. (Stuttgart),
Ed. Holland (Minden),
Jakob Jacoby Wwe. (Düsseldorf),
Jungmann & Schmidt, Komm.-
Ges. (Dortmund),
Franz Hoffmann (Weißfels),
Ernst Lauffer, Uhrenfabrik
(Schwenningen a. N.),
Alb. Lehmann (Pärth),

Julius Lemor (Breslau),
H. Limke (Dortmund),
Hans Maidl (Erlangen),
Oberrhein. Uhren- u. Apparatebau-
Gesellschaft (Staufen i. Br.),
Uhren-, Furnituren- und Edel-
metall-Großhandelsgesell-
schaft H. Krell (Magdeburg),
Uhrenversandhaus Schwarzwald
(St. Georgen),
Zeitmesservertrieb, jetzt Deutsche
Uhrenvertriebsgesellschaft,
(Berlin, Lindenstraße),
Vereinigte Ostpreußische Uhren-
großhandl. J. Alban (Königs-
berg, Kreislerstraße 4).

Kollegen, beachtet die für Euch geschaffene Einrichtung der Lieferantenausweiskarte.

Zentralverband der Deutschen Uhrmacher

(Einheitsverband)

Geschäftsstelle Halle (Saale), Mühlweg 19
W. König, Verbandsdirektor

* * *

Bekanntmachungen der Markenuhr G. m. b. H.

Ungültige Centra-Ausweiskarten. Den Uhrmachern Otto Bernstein (Dresden-A., An der Kreuzkirche 1), Wilhelm Robbe (Magdeburg, Breiteweg 18), Hugo Brandenburg (Arnsvalde, Steintorstraße 20) und Paul Dannenberg Nachf., Inh. Br. Schmalz (Berlinchen, Neumark, Richtstraße 62) ist die Centra-Berechtigung entzogen worden. Eine Belieferung mit Centra-Uhren darf nicht erfolgen.

Markenuhr G. m. b. H.: W. König.

Sprechsaal

Zur Alpina-Reklame

Es mag nach dem bisherigen Streit der Meinungen fast überflüssig erscheinen, zu dem Problem „Alpina-Reklame“ noch Stellung zu nehmen. Mancher fachkundige und im Organisationsleben tatkräftig mitarbeitende Kollege hat seine Ansicht geäußert und man sollte glauben, daß nach all den mehr oder minder temperamentvollen Anregungen sich allmählich ein klares Bild, ein Programm entwickelt hätte, welches den Interessen der gesamten deutschen Uhrmacherschaft dienen könnte. Anregungen sind seitens der Kollegen genügend gegeben, Anregungen, die einer sachlichen Stellungnahme und einer Wertung würdig sind. Statt dessen sieht man einen persönlichen Streit entfacht, in dem sich beide Parteien wie homerische Helden, Rede und Gegenrede abwechselnd gegenüberstehen. Diese Uebertragung des Alpina-Streites in das persönliche Gebiet, die mehr oder minder versteckten Anfeindungen sind meines Brachtens nicht dazu angetan, die Sache, um die es geht, irgendwie wesentlich weiterzutragen. Sollte es in dieser Frage, die die ganze deutsche Uhrmacherschaft angeht, die in ihrer letzten Auswirkung zu unübersehbaren Schäden führen kann, keine Einigung, keinen Ausweg geben? — Ja! — Nur ist es die wesentliche Vorbedingung, daß in dieser so außerordentlich wichtigen Frage ein jeder Kollege sein bestes Können, seine ganze Erfahrung in den Dienst der Sache stellt. Eine persönliche Auseinandersetzung müßte in Zukunft unter allen Umständen unterbleiben.

Als Gegengewicht zur Alpina-Reklame sind bisher in den verschiedenen Aeußerungen die nachstehenden Mittel und Wege aufgezeigt:

1. Rücksichtslose Durchführung des Stuttgarter Beschlusses der „Alpina“ gegenüber.
2. Einführung der Gemeinschaftsreklame.
3. Freigabe der Markenreklame, Aufhebung des Stuttgarter Beschlusses.
4. Starker Ausbau der Centra-Reklame.

Zu 1.: Der erstgenannte Weg ist zweifellos der günstigste. Mit der restlosen Durchführung des Stuttgarter Beschlusses dürfte meines Brachtens der ganze unselige Streit begraben und den Interessen aller, nicht zuletzt denen der „Alpina“, gedient sein. Es liegt nicht im Interesse der gesamten deutschen Uhrmacherschaft, wenn die Radikalkur in Form der ausgiebigsten Markenreklame — und sie wird sehr ausgiebig sein — einsetzt und die Köpfe der gesamten Kundschaft verwirrt. Es steht zu befürchten, daß dann die letzten Dinge ärger sind als die ersten. Es ist daher eine Ehrenpflicht des Zentralverbandes, vor Beschreitung weiterer Wege und Mittel mit aller Entschiedenheit und Deutlichkeit von der Alpina-Genossenschaft die Anerkennung des Stuttgarter Beschlusses zu fordern. Kollege Kratz hat recht: „Verschafft euren eigenen Beschlüssen Achtung und Geltung!“ Falls der Vorstand des Zentralverbandes sich nicht in der Lage glaubt, diesen ersten Weg, der zu einem vollen Erfolg führen kann, mit aller Deutlichkeit und Energie zu beschreiten, dann möge er im Interesse der gesamten deutschen Uhrmacherschaft die Folgerungen ziehen und seine Aemter der Allgemeinheit zur Verfügung stellen.

Zu 2.: Eine namenlose Gemeinschaftsreklame bei Fortbestehen der Alpina-Reklame ist eine Schädigung der Gesamtheit. Daher dürfte die Frage der namenlosen Gemeinschaftsreklame erst dann zur Erörterung stehen, wenn die „Alpina“ dem Stuttgarter Beschluß sich restlos unterworfen hat.

Die Vertreter von Westfalen und Lippe haben diese Ansicht eindeutig auf der Hauptausschußsitzung bei der Abstimmung zur Sprache gebracht. Es dürfte somit als logische Folgerung angesehen werden, daß bei Fortbestehen der Alpina-Reklame eine namenlose Gemeinschaftsreklame unterbleibt.

Zu 3.: Freigabe der Markenreklame, Aufhebung des Stuttgarter Beschlusses — die Radikalkur, bei der es zum guten Schluß heißen könnte: „Operation gut verlaufen, Patient tot!“ — Gewiß ist dieser Weg, die restlose Aufgabe des Stuttgarter Beschlusses, ein Mittel, das hilft, aber auch ein Mittel, bei dem die letzten Dinge ärger sein können als die ersten. In letzter Stunde, nachdem alles vergebens versucht wurde, kommt meines Brachtens nur die Freigabe der Markenreklame in Frage. Vorher sind andere Wege zu beschreiten.

Zu 4.: Starker Ausbau der Centra-Reklame! — ein frommer Wunsch, wird mancher Kollege sagen, und trotzdem ist dieser Gedanke außerordentlich beachtenswert, er kann meines Brachtens als zweiter Weg in Frage kommen, nachdem die „Alpina“ trotz aller entschiedenen Forderungen sich geweigert hat, ihre eigene Reklame aufzugeben. Ich möchte gerade in dieser Frage dem Vorschlage des Kollegen Bistritz beifügen, welcher in seiner Zuschrift in Nr. 11 der UHRMACHERKUNST fordert, die ganze Gemeinschaftsreklame auf den Namen „Centra“ abzustellen. Dieser Gedanke hat, weil er vielleicht nicht genügend erörtert wurde, bisher noch keinen Widerhall gefunden. Um die jetzige Gemeinschaftsreklame auf den