

der beiden Organisationen imstande ist, die Arbeit der anderen zu leisten. Die Herren Professoren usw. sind nicht „begabt“ genug, für uns zum Kadi oder zum Finanzamt zu laufen, und wir sind einsichtig genug, uns in Fragen der wissenschaftlichen Forschung etwas in die Büsche zu schlagen, sintemal es nicht geraten ist, sich ohne Not — zu blamieren. Wir würden daher geschickt handeln, wenn wir endlich einmal den öden Geist des Mißtrauens den Abschied geben. Ebenso ist mir die in der Vorstandssitzung geäußerte Besorgnis, es könnte von zwei Stellen dieselbe Arbeit geleistet werden, unverständlich. Denn das ist eben auf Grund vorstehender Erwägungen nicht möglich. Überdies sind, soviel ich sehe, eine Anzahl Bürgschaften vorliegend dafür, daß Kollisionsgefahren ausgeschlossen sind. Ich erinnere zunächst daran, daß der Gründer und Vorsitzende der „Gesellschaft für Zeitmeßkunde“ wiederholt der Öffentlichkeit gegenüber die Versicherung abgegeben hat, daß die Gesellschaft niemals gegen die Interessen des Zentralverbandes verstoßen wird. In der guten Gesellschaft ist es Sitte, daß man öffentlich abgegebenen Erklärungen ehrenhafter Männer Glauben schenkt, wenn nicht zwingende Gegenstände vorhanden sind. Wer das nicht vermag, der begibt sich des Anspruchs eigener Glaubwürdigkeit. Weiter gebe ich zur Erwägung, daß unser allverehrter Sackmann in

Allona dem Vorstand der Gesellschaft angehört. Und dieser steht weit über jedem Verdacht, daß er etwas mitmachen würde, was nicht recht und gut wäre gegenüber dem Zentralverbande. Es bliebe nun noch die Prüfung des von sehr geschätzter Seite gemachten Einwandes übrig, daß dem Zentralverband durch das für den Vorstand der Gesellschaft zu kooptierende Mitglied aus unseren Reihen nicht der genügende Einfluß gesichert sei. Diese Besorgnis kann ich nicht teilen. Die „Gesellschaft für Zeitmeßkunde“ wird sicher im gegenseitigen Interesse großen Wert darauf legen, die Meinung des Zentralverbandes zu hören und etwaige Einwände zu beachten, die ja, wie oben dargelegt, bei der Abgrenzung der Arbeitsgebiete wohl kaum jemals eine Handhabe fänden.

Bei dieser mir völlig klaren Sachlage sehe ich auf der ganzen Linie keinen berechtigten Einwand, der gegen ein freundschaftliches Zusammengehen sprechen könnte, denn jede der beiden Gruppen nimmt der anderen gegenüber eine autoritative und richtunggebende Stellung ein. So aufgefaßt und so gearbeitet kann, ein Zusammengehen nur segensreich sein — für beide Teile.

In diesem Sinne: Jeder tue das Seine! (V/207)
Ehrke, Vorsitzender des Uhrmacherverbandes Pommern.

Einzelhandel rühre dich!

Die große Gemeinschaftsreklame der Industrie und der Grossisten beginnt

Ab Mitte November laufen die Inserate, die unter dem Motto: „Trage Schmuck — Du gewinnst“, die Deutsche Werbewoche für Schmuck vom 27. November bis 3. Dezember einleiten und vorbereiten. Diese Inserate werden unter anderem in folgenden Zeitungen und Zeitschriften erscheinen:

Münchner Illustrierte Presse; Leipziger Illustrierte Zeitung; Die Dame; Elegante Welt; Westermanns Monats-

Publikum. Viele Zehntausende von Plakaten in den Schaufenstern und an den Anschlagssäulen tragen die gleiche Werbung unter die Käufer.

Unser Plakat

ist von einer jungen Offenbacher Künstlerin entworfen. Es ist fein und vornehm im Ton und wirkt doch stark durch Farben und Entwurf. Es darf in keinem Schaufenster während der Schmuckwoche fehlen.



hefte; Sport im Bild; Gartenlaube; Ullsteins Blatt der Hausfrau; Zeitbilder (Tiefdruckbeilage); Bazar; Elegante Mode; Modenspiegel (Berliner Tageblatt); Weltspiegel (Berliner Tageblatt); Reclams Universum; Kölner Illustrierte Zeitung (Kölnische Zeitung); Rundschau im Bilde (Hamburger Fremdenblatt); Welt im Bild (Leipziger Neueste Nachrichten); Das Illustrierte Blatt (Frankfurter Zeitung); Simplizissimus; Lustige Blätter; Beyers Modenzeitung; Deutsche Frauenzeitung; Deutsche Frauenkultur.

Artikel über Schmuck sind in führenden Modeblättern bereits erschienen und erscheinen weiter. In vielen Hunderttausenden von Exemplaren, ja in Millionen trägt das Inserat mit der Wiedergabe des Propagandaplakats die Werbung: „Trage Schmuck — Du gewinnst“ ins

Wer es nicht aushängt, schadet sich selbst.

Die starke Werbung in der Presse und an den Anschlagssäulen geht ihm nicht nur verloren, sondern wendet sich gegen ihn, da er sich selbst aus dem Kreise des deutschen Schmuckhandels ausschaltet und Gefahr läuft, dann nicht mehr als Fachmann zu gelten. Um nun diese Wirkung der Gemeinschaftsreklame auszuwerten und auf sich hinzuleiten,

muß sich auch der Einzelhandel rühren.

Nach dem Plakate haben wir das oben abgebildete Klischee für örtliche Gemeinschaftsreklame herstellen lassen, mit dem in allen Orten Inserate der Innungen usw. erscheinen sollen. Das Klischee kann