

wertvolle Stücke der Sammlung einzufügen, um so diese große Uhrensammlung immer weiter zu vervollständigen. Es wird sehr schwer sein, hier einen Ersatz zu finden, da nicht nur das umfangreiche Wissen dazu gehört, sondern auch die große Liebe.

Wir Uhrmacher haben in ihm den treuesten Freund verloren. Er war es, der die Schätze unseres Gewerbes an den Tag brachte und der die wertvollen Funde, die ihm gelangen, erst der Fachwelt und der Wissenschaft lebendig machte. Eine ganz große Freude konnte ihm

der Zentralverband bereiten, als die Reichstagung in Breslau einstimmig beschloß, ihn zum Ehrenmitglied zu ernennen. War er schon jahrzehntelang eng verbunden mit der Uhrmacherei, so freute ihn diese offizielle Anerkennung und gewissermaßen die Aufnahme als einen der unserigen ganz besonders, weil er darin die Bestätigung fand, daß sein Wirken für das Fach im Fache die richtige Anerkennung fand. So wird er für uns weiterleben, weil alles das, was er für uns getan, nicht untergehen kann, sondern fortwirken wird für alle Zeit. (I/498) W. König.

## Steuertermine für Juli 1928

### Reichssteuern

- 5. Juli: Steuerabzug vom Arbeitslohn für die Zeit vom 16. bis 30. Juni.
- 10. „ Umsatzsteuer-Voranmeldung und -Vorauszahlung für das zweite Quartal 1928. Schonfrist bis 16. Juli (siehe S. 378 in Nr. 20).
- 10. „ Einkommensteuer- bzw. Körperschaftsteuer-Vorauszahlung für das zweite Quartal 1928. Ein Viertel der im letzten Steuerbescheid festgesetzten Steuerschuld. Wenn der neue Bescheid noch nicht zugestellt ist, hat Zahlung wie bisher zu erfolgen.
- 15. „ Vermögensteuererklärungen, die bis zum 15. Juli (statt 30. Juni) beim Finanzamt eingehen, werden noch als rechtzeitig abgegeben angesehen.
- 16. „ Aufbringungszinsen. Zweite Halbjahrs-

leistung für 1928. Der Betrag ist um 20% ermäßigt (siehe S. 496 in Nr. 26).

- 20. Juli: Steuerabzug vom Arbeitslohn für die Zeit vom 1. bis 15. Juli. (Siehe Anm. unter „Steuertermine für Februar“, betreffend Lohnsteuersenkung.)

### Gewerbesteuern

- 5. Juli: Badische Gewerbebesteuer, soweit sie monatlich erhoben wird.
- 5. „ Hessische Gewerbebesteuer.
- 9. „ Württembergische Gewerbebesteuer.
- 10. „ Lübeckische Gewerbeertragsteuer (vierteljährlich).
- 10. „ Bayerische Gewerbebesteuer (vierteljährlich).
- 16. „ Mecklenburg-Strelitzische Gewerbebesteuer, soweit monatlich erhoben.
- 16. „ Preussische Lohnsummensteuer, soweit monatlich zahlbar. (II/499)

## Verschiedenes

Eine Besprechung über die Gemeinschaftsreklame des Schmuckgewerbes für den nächsten Winter fand am Freitag, dem 22. Juni, in Berlin, in den Geschäftsräumen der Firma Rudolf Flume statt. Das Kuratorium für deutsche Schmuckkultur hatte dazu die Vertreter der Einzelhandelsverbände und der Fachpresse geladen, um ihre Wünsche und Vorschläge zu hören. Der Kuratoriumsvorsitzende Herr Braun (Pforzheim) gab einen ausführlichen Rückblick über Entstehung, Ziele und wirtschaftliche Bedingungen der Gemeinschaftsreklame, wobei er betonte, daß neben der allgemeinen Absatzförderung die Stärkung des Einzelhandels mit dem Ziele der Erhöhung der Rentabilität im Vordergrund der Bestrebungen stehe. Um dieses Ziel zu erreichen, habe man 1927 nach Aufbringung der nötigen Mittel schnell vor Weihnachten entsprechende Maßnahmen in die Wege geleitet. Jetzt, nachdem man die ersten Erfahrungen hinter sich habe, — und sie bedeuten einen Erfolg der ersten Probe — sei man entschlossen, auf diesem Wege weiterzugehen. Habe im Vorjahre die Kürze der Zeit nur eine lose Fühlung mit dem Einzelhandel aufkommen lassen, so habe man dieses Jahr an dem Beginn der frühzeitig angesetzten Arbeiten einen umfangreichen Gedankenaustausch zu engster Fühlungnahme gesetzt. Als programmatisch hätten dabei folgende Gedanken zu gelten. Die Gemeinschaftsreklame:

1. verfolge und fördere keine Einzelinteressen,
2. trete nicht für besondere Qualitäten und Gattungen ein, sondern nur für den Gedanken „Trage Schmuck“,
3. frage nicht, wer die Gelder für die Propaganda aufbringe, sondern stelle sich in ihrer Arbeit ganz allgemein und habe nur die eine Richtlinie, wie man dem Schmuckhandel in seiner Gesamtheit am besten diene. Durch diese universale Einstellung hoffe man, eine durchgehende, große Einigkeit über alle am Schmuckhandel Interessierten zum Nutzen des Faches zu erzielen.

Die Vertreter der Fachpresse und der Verbände nahmen dann zu einem von Herrn Gerlach vorgelegten Programm Stellung und äußerten ausführlich ihre Wünsche. Die Propaganda wird im wesentlichen im Rahmen der Maßnahmen des Vorjahres aufgezogen durch Plakate, Werbeheftchen, Zeitungsanzeigen, Zeitungsartikel, Klischees, Vorschläge für die Einzelpropaganda der Geschäfte usw. mit dem Endziel einer großen Werbewoche Ende November. Herr Köppe und Herr Leidicke als Vertreter des Juwelierversandes erklärten, daß die Juweliere ein eigenes Plakat herausbrächten, daß sie aber der Gemeinschaftsreklame sympathisch gegenüberständen. Ihr Ziel sei aus-

gesprochen ein Nebeneinanderarbeiten, nicht ein Gegeneinanderarbeiten. Eine Sitzung in allernächster Zeit soll festlegen, inwieweit durch gemeinsame Benutzung des Werbespruches „Trage Schmuck, du gewinnst“, und durch Auswertung der Werbewoche diesen Gemeinschaftsgedanken Ausdruck verliehen werden könne. Die Reklame des Schmuckgewerbes wird es also nach diesen Erklärungen an Einheitlichkeit der Wirkung in keiner Weise fehlen lassen.

Über das Maß der Wünsche und Anregungen zur bevorstehenden Winterpropaganda hinaus wurden noch zahlreiche Ideen zur Weiterentwicklung der Zentralaussschußidee überhaupt geäußert und kritisch besprochen.

Es kamen dabei zur Erörterung die Frage der Auswertung von Ausstellungen, die Beschaffung von Ausstellungsmaterial für Schaufenster, die verschiedenartige Auswertung des Films usw. Eine Fülle von Ideen zeigte, daß die praktische Mitarbeit der eingeladenen Herren dem Zentralaussschuß umfangreich zur Verfügung stehe und daß das Gebiet der Reklamemöglichkeiten so groß ist, daß man mit einer ständigen Weiterentwicklung rechnen kann. Bei den Programmgesprächen wurde dann unter anderem festgelegt, daß

1. ein Plakat gewählt werden muß, das dem Allgemeinempfinden des gesamten Schmuckhandels nach Möglichkeit Rechnung trägt, und daß
2. durch einen Vorbehalts- und Eigentumsvermerk das Plakat gegen Mißbrauch geschützt werden soll.

Ein entsprechender Text, mit dem das Plakat versehen wird, ist inzwischen festgelegt worden. Im ganzen ergaben die Besprechungen Einstimmigkeit über die Maßnahmen, die für die Winterpropaganda 1928 ergriffen werden sollen. Es wurde noch die Frage des Versandes besprochen. Alle Reklamemittel sollen in diesem Jahre sehr zeitig fertiggestellt werden, so daß der Versand möglichst an einem Tage, etwa 4 Wochen vor der Werbewoche, an alle Besteller gleichzeitig erfolgen kann.

In einer Nachmittagsitzung des Kuratoriums wurde ein Plakat des weit über Deutschland hinaus bekannten Plakatkünstlers Professor Hohlwein aus München, gewählt. Um auch nach der sachlichen Seite der Darstellung des Schmucks hin, den Ansprüchen der Branche gerecht zu werden, werden an diesem Plakat noch einige Schmuckstücke nach Originalvorlagen von Stücken angebracht werden. Es ist dafür Sorge getragen, daß ein dem Allgemeinempfinden entsprechendes Plakat herauskommt. Das Plakat wird wieder in verschiedenen Größen für Litfaßsäulen und Schaufensterdekorationen hergestellt. Auch