

Reklame ein Gegenstand zur Mode gemacht und sein Absatz gesteigert werden könne, so sehr, daß z. B. dank der Reklame der Pelzgeschäfte die Damen jetzt selbst im Sommer Pelze tragen, und er schloß an diese Beispiele die dringende Bitte an alle Kollegen, dafür zu sorgen, daß der Gedanke der Gemeinschaftsreklame nicht absterbe, und bat auch die Fachpresse, immer wieder zu solcher Gemeinschaftsreklame aufzumauern. Dann unterbreitete er der Tagung den Vorschlag, den Vorstand und Hauptausschuß ausgearbeitet haben: Mit dem System der starren Beitragsbelastung soll gebrochen und ein Modus gefunden werden, der die Geschäfte je nach Größe und Umsatz für die Zahlungen zur Gemeinschaftsreklame heranzieht, sobald zusammen mit Industrie und Großhandel diese Gemeinschaftsreklame in Gang gebracht werden kann. Der Vorstand soll von der Tagung beauftragt werden, der Frage der Markenreklame weiterhin seine Aufmerksamkeit zu widmen, und die Unterverbände werden gebeten, in ihrem Bezirk diesen Gedanken der gemeinschaftlichen Reklame nach Möglichkeit weiter zu unterstützen.

Statt der beabsichtigten 50000 RM. für Gemeinschaftsreklame kamen im Jahre 1927 nur 20000 RM. ein, von denen ungefähr 9000 RM. verbraucht wurden, so daß jetzt auf dem Konto für Gemeinschaftsreklame noch 11376 RM. stehen. Dieses Geld werden wir den Unterverbänden prozentual sobald wie möglich für ihre Gemeinschaftsreklame zurücküberweisen. Der Hauptausschuß richtet an Sie die Bitte, das Geld, d. h. wenn Sie es nicht für eine örtliche Gemeinschaftsreklame benutzen wollen, dem Unterstützungsverein zu überweisen. Ich selbst aber bitte die Verbände, die es sich leisten können, recht herzlich: Gebt diese Summen der Unterstützungskasse der deutschen Uhrmacher, der es gar nicht gut geht.

Wie wir uns die weitere Behandlung der Gemeinschaftsreklame denken, ist ebenfalls im Hauptausschuß besprochen worden. Bei den Besprechungen mit der Industrie ist darauf hingewiesen worden, daß der Gedanke der Gemeinschaftsreklame zum großen Teil erledigt ist, wenn nicht Industrie und Handel sich beteiligen. Von der Industrie ist ja inzwischen bereits versichert worden, daß sie sich mit dieser Frage erneut befassen wolle. Vom Wirtschaftsverband wurde aber darauf hingewiesen, daß eine Gemeinschaftsreklame außerordentlich gut vorbereitet sein muß und auf einen größeren Abschnitt sich zu erstrecken hat, wenn sie wirksam sein soll. Dazu seien aber erhebliche Mittel nötig, die die Fabriken jetzt aufzubringen nicht in der Lage seien. Wir werden jedoch diese Frage mit den Fabrikanten erneut im nächsten Frühjahr verhandeln.

Uns selbst scheint nun folgender Vorschlag an Sie das Beste zu sein: Eine gleichmäßigere Verteilung der Umlage für die Gemeinschaftsreklame je nach der Größe des Geschäftes ist notwendig. Daher scheint uns das System der Marken das richtige zu sein.

Der Vorstand hat einen in Berlin gefaßten Beschluß des Hauptausschusses in die Tat umgesetzt: Die Marken liegen bereits vor. Die Industrie lehnt in diesem Augenblick noch ab, dieses System jetzt schon zur Einführung zu bringen, wir bitten Sie aber um Ihre Zustimmung, daß wir dieses System bei Fabrikation und Handel nachdrücklich zur Geltung und im nächsten Frühjahr zur Anwendung bringen. Die Aufbringung der Mittel soll so geschehen, daß beim Einkauf von Verbandsware am Ende der Rechnung 1% des Betrages in Marken entwertet wird. Diese Marken soll der Wirtschaftsverband bei uns selbst kaufen. Die Industrie hat von diesem Betrage 33⅓% zu tragen, den gleichen Anteil der Grossist und ebenso natürlich auch der Uhrmacher. Der Großhandel hat noch Bedenken,

daß nämlich der Uhrmacher bei der Bezahlung seines Drittels Schwierigkeiten machen könne, und diese Bedenken sind beachtlich. Aber ich bitte Sie, zu bedenken, daß diese Beiträge für die Gemeinschaftsreklame für den einzelnen herzlich wenig ausmachen, daß aber der Umsatz der Schwarzwälder Uhren in die Millionen geht und daher doch ein recht netter Betrag für die Gemeinschaftsreklame herauskommt und uns Mittel zu einer großen, wirkungsvollen Reklame und damit zu einer Steigerung des Umsatzes gibt. Ich bitte Sie also um den Auftrag an den Vorstand, die Verhandlungen mit Industrie und Großhandel in diesem Sinne weiterzuführen und sich selbst mit der Bezahlung Ihres Drittels einverstanden zu erklären. Ich bitte Sie nun um eingehende, aber sachliche Kritik!"

Herr Alex (Kottbus) nimmt als erster Ausspracheredner das Wort und erklärt, bei den Reichstagen der Uhrmacher schienen die Leichenbegängnisse zur Tradition zu werden. Es sei beschämend, daß es nicht gelungen sei, die Kosten für die Gemeinschaftsreklame aufzubringen, nur deshalb, weil diese Kosten nicht richtig verteilt waren. Die Fabrikanten dächten ihrerseits gar nicht an eine Gemeinschaftsreklame, sondern machten lieber ihre Fabrikmarkenreklame. Und wie es dabei mit der Nennung der Preise und damit der Festsetzung der Preise durch den Fabrikanten stehe, habe man ja eben gehört in dem Ausspruche des Fabrikanten, daß Reklame ohne Preisangabe nur eine halbe Reklame sei. Daß die Reichstagung die Belieferung des Warenhauses durch den Fabrikanten durch ihren Beschluß ausdrücklich sanktionieren soll, dem könne er nicht zustimmen. Wenn wir jetzt dem Wirtschaftsverbande zustimmen, dann werde er in der Lage sein, den Außenseitern, d. h. der Warenhausindustrie, die Preise zu diktiert oder diese Fabriken vollständig totzumachen, und dann hätten die Fabrikanten freie Hand und könnten die Preise stellen, wie sie sie wollen. Ich selbst bin dafür, nicht positiv zuzustimmen, sondern nur zu erklären, daß wir kein Interesse haben, einen entsprechenden Vertrag abzuschließen. Wir dürfen nicht unsere Hand zu einem Wirtschaftskampf innerhalb der Industrie reichen, der nicht zu unserem Vorteil gereicht.

Herr Hoffmeister (Stuttgart) erklärt darauf: Unsere beiden Führer haben die Angelegenheit wohl vorbereitet und haben gut gearbeitet. Die Fabrikanten und Grossisten haben wirklich das Verlangen, mit uns zu arbeiten, an uns zu liefern und nicht an das Warenhaus. Der klägliche Ausgang der Gemeinschaftsreklame des Zentralverbandes sei für die Mitglieder höchst beschämend. Falsch sei es, wie Herr Alex (Kottbus) getan, die Fehler dafür bei den Obermeistern der Innung zu suchen. Es habe vielmehr an Pflichtgefühl gegenüber der Organisation gefehlt. Jetzt sei das Wichtigste, hinter die Führer zu treten, die uns jetzt die Gelegenheit geschaffen, die Wecker ebenso billig zu bekommen wie das Warenhaus, und nun dürfen die Führer nicht im Stich gelassen werden.

Namens der Verbände Rheinland-Westfalen und Westfalen-Lippe erklärt Herr Kraß (Minden), daß die Kollegen dieser Verbände ganz hinter den Ausführungen des Vorsitzenden Herrn Kerckhoff stünden. Beschlüsse müßten vernünftig gefaßt werden und man müsse nehmen, was zu kriegen sei. Gegenüber dem Pessimismus von Herrn Alex sei er der Anschauung, daß die Fabrikanten erhebliche Zugeständnisse gemacht hätten. Bei dem Absinken der Konjunkturkurve sei es fraglich, ob diese Zugeständnisse in 2 oder 3 Jahren noch zu bekommen seien. Wenn der Vertrag geschlossen werden sollte, dann müsse er auf lange Zeit Sicherheit schaffen, und diese Zusicherung sei ja auch von der Industrie gegeben worden. Eine Aufklärung hätte ich allerdings gern von Herrn Kerckhoff, nämlich, wie die Fabrikanten uns in