

Gebiet weiter, so geht die Zeit über uns hinweg, und die außenstehende Konkurrenz, die Nichtfachleute, machen weiterhin das Geschäft.

Man denke nur daran, wie vor etwa 30 Jahren beim Aufkommen der sogenannten Amerikanerwecker die Uhrmacher sich aufbäumten und erklärten: Diesen Schundwecker verkaufen wir nicht und reparieren wir auch nicht! Fragt man sich heute, was haben sie damit erreicht, so kommt man nach einigem Nachdenken zu der verblüffenden Tatsache, daß diese damalige Uhrmacherabsage sowohl dem Warenhaus wie auch den anderen Nichtfachgeschäften nicht nur den Wecker, sondern auch alle anderen Uhrengattungen als Verkaufsartikel zuführte.

Die Warenhäuser haben erst durch den billigen Wecker erfahren, wieviel Uhren im Publikum abgesetzt werden können, und haben folgerichtig, sehr zum Schaden des Faches, ihre Uhrenabteilungen groß ausgebaut. Und heute, heute sind viele Uhrmacher überhaupt froh,

wenn sie den seinerzeit geschmähten Wecker verkaufen und reparieren können. Deshalb empfehle ich den Fachgeschäften in letzter Stunde, ehe es zu spät ist, sich mit dem Vertrieb von Stoppuhren und ähnlichen Zeitmeßgeräten für Sport und Industrie zu befassen. Absatzmöglichkeiten sind genug vorhanden und werden sich ständig für diese Artikel neu ergeben. Auch ist beim Verkauf dieser an und für sich nicht teuren Uhren keine große Lagerhaltung nötig; plötzlich fehlende oder verlangte Stücke können in kürzester Frist von den bekannten Großhandelsfirmen und Spezialfabriken besorgt werden.

Diese stellen auch gern für Propagandazwecke geeignetes Bild- und Katalogmaterial zur Verfügung. Verwendet es zum Nutzen eures Geschäftes und zur Hebung des Umsatzes in Stoppuhren! Handelt nach der Devise: Die Uhr nur dem Uhrenfachgeschäft; auch die Stoppuhr mit ihren Abarten ist eine Uhr, und auch sie gehört deshalb allein ins Uhrenfachgeschäft! (I/218)

Der erste Schritt zum Zugabenverbot

Von Dr. Georg Pelka

In Nummer 17 der UHRMACHERKUNST vom 25. April 1930 war unter der Spitzmarke: „Kommt ein wirksames Zugabenverbot?“ unter anderem darauf hingewiesen worden, daß ein bloßes Verbot der „Gratis“-ankündigung der Zugaben die Schädlichkeiten der „Wertreklame“ nicht ausmerzen würde. Am 12. Mai hat nun der Reichswirtschaftsrat seinem Gutachten über die Notwendigkeit des Zugabenverbotes die endgültige Fassung gegeben. Verbot der Gratisankündigung wird darin empfohlen.

Daß ein wirksames Ankündigungsverbot weiter gefaßt sein muß, ist in dem erwähnten Artikel bereits begründet worden. Daß auch die Zugabengewährung verboten werden muß, wurde damals auch schon gesagt. Der Reichswirtschaftsrat hat dieser Notwendigkeit insofern Rechnung getragen, als er in starker Mehrheit einen Antrag annahm, wonach der Käufer das Recht haben soll, statt des Zugabenartikels den unter Gesetzeszwang auf der Zugabe zu vermerkenden Barwert zu verlangen. Praktisch würde eine solche Einengung der Zugabengewährung darauf hinauskommen, daß die Zugabler den Barwert der Zugabenware ausgerechnet niedrig ansetzen würden, wodurch erst recht im Käufer die Annahme groß gezogen würde, daß er in der Wahl des Zugabenartikels wunder wie vorteilhaft kaufen würde. Denn es ist klar, daß z. B. der Margarinezugabler, der eine Uhr zugibt, aus diesen und jenen Gründen den Barwert niedriger ansetzen wird und kann, als es dem regelmäßigen Verkaufspreis entspricht!

Das Uhrmachergewerbe hat daher triftige Gründe, das Gutachten des Reichswirtschaftsrates abzulehnen, soweit die tatsächlichen Verbotsvorschläge in Betracht kommen. Dagegen ist das Gutachten an sich von Wert, als es nämlich grundsätzlich in mehreren Punkten (außer den genannten auch noch betreffs allzu großer Zahl der Gutscheine, zu kurzer Einlösefrist der Gutscheine und des Ausspielungscharakters gewisser Zugabenverabfolgung) eine Änderung für notwendig hält. Wenn man bedenkt, daß der Reichswirtschaftsrat stark unter den (in vieler Hinsicht gar nicht nachprüfbar) Angaben der sehr zahlreich vertretenen Sachverständigen der Wertreklamier stand, so ist die grundsätzliche Anerkennung der Notwendigkeit des Zugabenverbotes im Gutachten des Reichswirtschaftsrates sehr wohl als der erste Schritt

zum Zugabenverbot zu bewerten! Oder anders gesagt: die erste amtliche Bresche in die sehr einflußreiche Zugablerfront ist geschlagen. Der Einzelhandel und das Gewerbe, die, wie das Uhrmachergewerbe, besonders unter den Unlauterkeiten der „Wertreklame“ zu leiden haben, müssen alles dazu tun, daß diese Bresche erweitert wird und der Reichstag das richtig wirksame Zugabenverbot formuliert, das jede Zugabenankündigung verbietet und ebenso jede Gewährung von Zugaben, die nicht in der eigentlichen Verkaufsware gegeben werden und mit der Höhe eines Kaufes verbunden sind.

Im übrigen sei mitgeteilt, daß die große Inserataktion der Zugabler, die schon in Nummer 17 allgemein gekennzeichnet war, an einer Stelle zu einem bezeichnenden Zwischenfall geführt hat: Die Werbeabteilung der mit der Margarineunion zusammenhängenden Sunlicht-Seifenfabrik versuchte unter Bezugnahme auf das Inseratengeschäft die Tagespresse zur Aufnahme eines Artikels des Geschäftsführers eines Zugablerverbandes („Schußverband für Wertreklame“) zu nötigen (!). Das Organ des Vereins deutscher Zeitungsverleger hängte diesen Nötigungsversuch niedriger und brandmarkte diesen Versuch, eine volkswirtschaftlich so wichtige Frage wie die des Zugabenverbotes durch einen durchaus einseitig gehaltenen Artikel: „Warum Wertreklame?“ des betr. Geschäftsführers unter Drohung und unter Verletzung der redaktionellen Freiheit der Presse in der Öffentlichkeit behandeln zu wollen.

Die Reichswirtschaftsratsmitglieder Frau Mühsam und Herr Cohen haben in einem neulichen Radiogespräch über Zugaben den Sunlichtfall nicht erwähnt, um unter anderem die Zugableranmaßung zu beleuchten, das Zugabenverbot gegen die Gewerbefreiheit auszuspielen. In dem Zwiegespräch, das über das Gutachten des Reichswirtschaftsrates nicht hinauswuchs, wurde leider die nun doch durch die Tatsachen längst widerlegte Behauptung nochmals aufgewärmt, daß die „Wertreklame“ das Werbemittel der „Kleinen“ sei. Über die Schädigung des Uhrmachergewerbes durch das Zugablenunwesen fiel ebensowenig ein Wort wie über die gesunde Möglichkeit, durch das Zugabenverbot die aktuelle Preissenkung in Konsumwaren zu fördern. (I/229)