

anzeigen neben ihrem Namen auch die genaue Adresse angeben würde, daß sie sich also an die auf der Reichstagung in München feierlich beschlossenen Abmachungen, die dem entgegenstehen, nicht mehr binden werde. Der Zentralverband hat dagegen Einspruch erhoben, da die Alpina in ihrem Schreiben vom 17. September einfach den Beschluß ihres Aufsichtsrates mitteilte, also den Zentralverband vor eine vollendete Tatsache stellt. Wenn in dem Münchner Vertrage auch keine Kündigungsfrist angegeben wäre, so wäre es üblich und richtig, wenn man einen Vertrag, der seit Jahren bestehe, nicht einfach aufhebe, sondern mit angemessener Frist kündige, damit die Möglichkeit weiterer Verhandlungen und die Verständigung weiterer Interessenskreise möglich wäre. Der Vorstand bedauert das Vorgehen der Alpina, weil es in Zukunft nicht möglich ist, die Nennung der vollen Adresse bei Anzeigen von Fabriken, die sich an das Publikum wenden, zu verhindern. Dadurch wird die Kontrolle, ob Privatgeschäfte geläufig werden, unmöglich.

Im Anschluß hieran wird noch die Angelegenheit Mühlhausen – ZentrA verhandelt. Das vorliegende neue Material wird dem Markenuhrverein übergeben. Bei der jetzigen Sachlage kann der Vorstand keinen Beschluß darüber fassen, daß von der Ausnahmebestimmung über die Aufnahme Gebrauch gemacht wird.

Die Sitzung, die vormittags 11 Uhr begonnen hatte, wurde um 10 Uhr abends geschlossen. Eine Mittagspause von 1 1/2 Stunden war eingelegt. Der größte Teil des Tages war mit den Beratungen über den Etat ausgefüllt.

Am nächsten Morgen, 9 1/2 Uhr, wird die Sitzung vom Vorsitzenden wiederum eröffnet.

Im Anschluß an die Besprechung des Frankfurter Vertrages werden einige Grundsätze über Fabrikationspolitik und Verkaufspolitik besprochen, die in der Vierer-Kommission als richtig anerkannt worden sind. Auch der Vorstand stellt sich auf den Boden dieser Grundsätze, die nachstehend zum ersten Male veröffentlicht werden und deren volle Erreichung ein Ziel unserer Politik sein wird.

Fabrikationspolitik – Verkaufspolitik

1. Praktische Verkaufspolitik im Einzelhandel ist Voraussetzung für eine richtige, gesunde und rationelle Fabrikationspolitik.
2. Industrie, Groß- und Einzelhandel darf nur in Publikumsverkaufspreisen denken.
3. Die Einführung von stark gestaffelten Publikumsverkaufspreisen (Standardpreisen) ist erforderlich.
4. Die Industrie muß für jede Verkaufspreislage einen bestimmten Charakter schaffen mit wirksamen Verkaufsargumenten für den Verkäufer hinter dem Ladentisch.
5. In den Stapelartikeln sollen die Muster in den Anfangspreislagen von allen Fabriken von gleicher Ausführung sein.
6. Angebote in Kampfartikeln, in Einheits- oder gestaffelten Mengen sollen netto ausgerechnet sein.
7. Alle Vertragsfabriken und Vertragsgrossisten geben ihren Vertretern die von der Verkaufsberatung zusammengestellte Einheitsliste über alle Kampfartikel.
8. In allen Artikeln wird es Anfangs-, Anschluß- und normale Preislagen geben müssen, was eine stark unterschiedliche Kalkulation für alle drei Gruppen bedingt.
9. Die Umschlagshäufigkeit muß bei Aufstellung der Kalkulationssätze im Laufe der Zeit gebührende Berücksichtigung finden.
10. Die Betriebskosten im Einzelhandel sind festzustellen.
11. Von den Vertragsfabriken sind für die verschiedenen Artikel zwei bis vier Qualitätsmerkmale zu schaffen.
12. Der Fachhandel muß durch systematischen Kreditabbau zum Kassazahler erzogen werden.
13. Die positive Einstellung der Industriellen und Großhändler sowie beider Vertreter muß durch geeignete Maßnahmen gewährleistet werden.

Vom Geschäftsführer wird im Anschluß hieran noch der Vertrag verlesen, den unsere Schweizer Kollegen mit den Schweizer Uhrenfabriken abgeschlossen haben. Dieses Material wird uns wertvoll sein, wenn die Möglichkeit

gegeben ist, unsere Beziehungen zu den schweizerischen Taschenuhrenfabrikanten zu regeln.

Ferner gibt der Geschäftsführer einen Bericht über die Geschäftspraxis der Normalzeit G. m. b. H., Frankfurt (Main), die dazu übergeht, Uhren an Behörden usw. zu „verschenken“ und dann die Uhren mit Reklame versieht. Es wird nicht lange dauern, bis der Steuerzahler in den Steuerbüros an den Uhren die Reklame seiner Konkurrenten findet. Es wird auf den in Nr. 34, 1931, der UHRMACHERKUNST veröffentlichten Aufsatz, ferner auf die Veröffentlichung in Nr. 48 der UHRMACHERKUNST verwiesen. Nachstehender Beschluß wird einstimmig gefaßt:

Die Normalzeit G. m. b. H. (Elektrozeit, H. Fuld & Co., Pritek Telefonanlagen, Frankfurt) macht allen Behörden Angebote, kostenlos elektrische Uhren in den Amtsgebäuden und Amtsräumen aufzuhängen und zu unterhalten. Dagegen sollen die Behörden die Erlaubnis erteilen, daß an den Uhren Reklame von Privatfirmen angebracht werden darf. Derartige Verträge sind schon in zahlreichen Fällen abgeschlossen, teilweise auf die Dauer von 50 (!) Jahren.

Die Miete für eine Reklamefläche beträgt etwa 84 RM für jedes Jahr! Die Uhren sind demnach in längstens einem halben Jahr (zu Verkaufspreisen gerechnet!) bezahlt, so daß die Normalzeit auf Kosten der Firmen, die sich zu einer Uhrenreklame überreden lassen, aus diesen „geschenkten“ Uhren ansehnlichen Nutzen zieht. Dem ansässigen Uhrengewerbe wird jedoch die Aussicht, elektrische Uhren zu verkaufen, unmöglich gemacht.

Wenn die Behörden weiterhin derartige Verträge abschließen, so wird es nicht lange dauern, daß die Bürger in den Amtsstuben überall Reklame ihrer Konkurrenten usw. finden. Warum soll nur die Uhr mit Reklame „verschenkt“ werden? Ebenso geeignet sind Schreibische, Spiegel, Thermo- und Barometer, Waschsüsseln und Klosettanlagen.

Wir fordern, daß sich die Behörden von derartigen Geschäften fernhalten und sich darauf beschränken, ihre Aufgaben und Arbeiten in der sparsamsten und gewissenhaftesten Weise durchzuführen. Wenn die Verbindung der Beamtenschaft mit geschäftlichen Dingen führt, zeigt deutlich und warnend genug der gegenwärtige Sklarek-Prozeß!

Zu Punkt 5 der Tagesordnung wird berichtet, daß die Gemeinschaft Deutscher Uhrmachergehilfen erneut an den Zentralverband herangetreten ist, um ein Abkommen mit ihm über die Arbeitsverhältnisse abzuschließen. Gemäß den Beschlüssen der Hauptausschußsitzungen in Halle und Frankfurt wird der Abschluß eines Tarifvertrages abgelehnt. Es soll jeder Innung überlassen bleiben, eine örtliche Regelung zu treffen. Herr Gohlke überreicht den kürzlich abgeschlossenen Tarifvertrag der Freien Uhrmacherringung Berlin und dem Verein Berliner Uhrmachergehilfen (siehe Nr. 48 der UHRMACHERKUNST). Bezüglich der Urlaubsregelung werden nachstehende Richtlinien beschlossen:

Nach einjähriger Tätigkeit	6 Tage
„ zweijähriger „	8 „
„ fünfjähriger „	10 „

Bezüglich der Lehrlingsvergütung werden folgende Richtlinien beschlossen:

1. Lehrjahr je Monat	8 RM
2. „ „ „	12 „
3. „ „ „	16 „
4. „ „ „	20 „

Die Anregungen der Gehilfengemeinschaft, die Prüfungen auch auf Armbanduhren auszudehnen, sollen dem Lehrlings- und Prüfungsausschuß zugeleitet werden. Ferner wird angeregt, daß die Meisterprüfungen nicht vor dem 24. Lebensjahr abgelegt werden dürfen.

6. Zoll- und Einfuhrfragen aus der Schweiz. Ein großer Schaden für das solide Uhrengeschäft ist die Einfuhr der ganz billigen goldenen Armband- und Herrenuhren. Es soll versucht werden, daß Uhren unter einem bestimmten Preise überhaupt nicht eingeführt werden dürfen. Derartige Uhren werden doch nur zum Betrug des Publikums benutzt.