

## Warum die 1%?

### Der I. Vorsitzende des Zentralverbandes über die Gemeinschaftswerbung

*Der I. Vorsitzende des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher, Kammerpräsident Johannes Ziepel, sprach in der Gründungsversammlung der Berliner Uhrmacher-Zwangsinnung über die heute wichtigsten Fragen des Faches. Kollege Ziepel, der bei seiner Rede oft von Beifall unterbrochen wurde, führte etwa folgendes aus:*



„Es handelt sich um die Dinge, die uns am allernächsten angehen. In der vom Führer eingeleiteten Arbeitsschlacht müssen wir geschlossen zusammengehen. Wenn das gesamte deutsche Volk wieder Arbeit hat, so geht es uns gut. Auch wir Uhrmacher können dadurch Arbeit schaffen, daß wir werben. Früher wurde so geworben, daß sich das Publikum keine klare Meinung bilden konnte. Heute müssen wir

klar und wirkungsvoll dahin werben, daß die Uhr im Fachgeschäft gekauft werden muß. Früher ist für die Uhr so geworben, daß der Käufer die Uhr irgendwo bei einem Außenseiter kaufen konnte. Wir helfen mit dieser Werbung auch dem Volksganzen, denn es ist klar, daß jeder, der die Uhr vom Kaufmann und Fachmann kauft, gegenüber dem im Vorteil ist, der sie nur vom Kaufmann kauft.

Wir müssen dem Käufer einsuggerieren, wo er zu kaufen hat, und eine Psychose schaffen, die den Käufer ins Uhrenfachgeschäft treibt.

Früher ist im Uhrenfach nie einheitlich geworben worden, nur einzelne Gruppen traten nach außen mit der Werbung für die Uhr in Erscheinung. Hierdurch ist unter die Kollegen große Unruhe gebracht. Heute müssen wir alle bereit sein,

gemeinsam für die Uhr zu werben.

Endlich ist es gelungen, die Verteilergruppen des Uhrenfaches: Industrie, Großhandel und Einzelhandel, in eine Arbeitsgemeinschaft zusammenzufügen.

Wir müssen uns über den einzuschlagenden Weg vollkommen klar sein. Bestehende Einrichtungen können nicht böswillig zerstört werden, denn das würde Unruhe in die Wirtschaft hineinbringen, welche die Erlangung des großen Zieles der Arbeitsbeschaffung stören könnte. Wir müssen durch eine vernünftige Art der Werbung

die Uhr aus dem Warenhaus herausbringen und die alle, uneinheitliche Werbung so abbiegen, daß der Verbraucher ein klares Bild erhält.

Werbung kostet Geld. Wir verlangen daher von den Kollegen die Leistung eines

Werbebeitrages von 1%

des Rechnungsbetrages. Auch der Fabrikant hätte die 1% bezahlen können, aber er würde sie wahrscheinlich auf den Uhrenpreis aufschlagen, der Großhandel würde es genau so tun, und wir müßten letzten Endes doch die Summen für die Werbung aufbringen. Es verbindet uns bei dieser Art der Mittelbeschaffung das gemeinsame Band, daß

jeder nach seinem Umsatz den Beitrag bezahlen muß. Wir werden mit dem sich hieraus zu errechnenden Umsatz der Industrie beweisen können, daß der Einzelhändler der hauptsächlichste Abnehmer der Fabrikanten ist. Wir müssen die Fabrikanten hierdurch so weit bringen, daß sie zuletzt nur noch an das Fachgeschäft liefern. Wir hoffen, daß der Appell an alle Kollegen einen starken Widerhall findet. Was wir wollen, ist rein nationalsozialistisch:

Wir wollen für alle werben.

Für Berlin ist das Problem der Rundfunkreklame drückend gewesen. Dem Vorstoß der deutschen Uhrmacher ist es gelungen, daß hier voraussichtlich vom Werberat Abhilfe geschaffen wird<sup>1)</sup>. Die Rundfunkreklame wird geändert. Es werden nur noch Durchsprüche ganzer Branchen erlaubt werden. Zur Zeit werden im Werberat über die Durchsprüche der Gemeinschaftswerbung für die Uhr Verhandlungen geführt, so daß die Rundfunkdurchsprüche in absehbarer Zeit beginnen können. Die Reklame einzelner Gruppen wird verschwinden.

Die Führung einer Organisation kann nur Erfolg haben, wenn die Mitglieder treue Gefolgschaft leisten. Es ist zu hoffen, daß vor allem in Berlin sich kein Gedanke breit macht, die anderen arbeiten zu lassen und selbst sich um nichts zu kümmern.

Wir müssen immer an die beiden Hauptpunkte denken, die wir mit Erfolg durchzuführen haben:

1. die Arbeitslosigkeit zu beheben,
2. Ordnung in die eigenen Reihen zu bringen.

Diese beiden Punkte sind nur systematisch zu lösen. Wir alle müssen den gemeinsamen Weg der Gemeinschaftspropaganda einmütig und geschlossen gehen.“ (I/372)

1) Siehe Innungsbericht Berlin, S. 178.

## Umschau der U

Zur Vorbereitung des in kurzer Zeit herauskommenden Gesetzes zur Neuordnung der Handwerkerorganisation werden zur Zeit eine ganze Reihe von Innungen in Pflichtinnungen umgewandelt.

Berlin, die größte deutsche Uhrmacherinnung, ist bereits vor einigen Monaten aus dem damaligen Landesverband Berlin-Brandenburg ausgeschieden, um eine selbständige Organisation innerhalb des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher zu werden.

Die Stadt Berlin ist mit der Errichtung der Pflicht-

innungen schon ziemlich weit vorgeschritten, und so wurde am 22. März in einer feierlichen Gründungsversammlung die Umwandlung der Freien Innung in die Pflichtinnung Berlin vorgenommen. Zum Obermeister wurde der aus den früheren Jahren weiten Kreisen bekannte Kollege Bruno Gohlke bestimmt. Neuartig ist, daß die Arbeiten der Innung nicht durch die Mitgliederversammlung bestimmt werden, sondern daß diese Funktion die Vertreterversammlung übernommen hat. In Berlin entfallen auf 20 Innungsmitglieder je ein Vertreter.