



Die Gemeinschaftswerbung auf breiter Grundlage

Daß Gemeinschaftswerbung notwendig ist, darüber bestehen nirgends Zweifel. Die zurückliegende Zeit hat auch gezeigt, daß Gemeinschaftswerbung von Erfolg begleitet ist. Das Uhrenfachgeschäft steht jetzt und auch für die nächste Zeit in schwerstem Kampf um seine Leistungsfähigkeit und um seine Erhaltung. Von allen Seiten wird versucht, in das Gebiet des Uhrenfachgeschäftes einzudringen. Um so mehr ist es notwendig, daß die Fachgeschäfte einig und geschlossen zusammenstehen, um alles zu tun, um ihre Leistungsfähigkeit zu erhöhen und um in der Öffentlichkeit auf die Bedeutung und Wichtigkeit des Uhrenkaufs im Fachgeschäft hinzuweisen.

In einer Besprechung, die am 27. Juli in Berlin zwischen allen Gruppen der Uhrenwirtschaft stattgefunden hat, kam der einhellige Wille zum Ausdruck, die Gemeinschaftswerbung auf breiter Grundlage und nach bestimmten Richtlinien durchzuführen. Ein Arbeitsausschuß wird dafür sorgen, daß die Gemeinschaftswerbung zum Nutzen aller Fachgeschäfte, ganz gleich, ob groß oder klein, zur Auswirkung kommt. Bezüglich des Fachzeichens schweben noch Verhandlungen über die Gestaltung der Zeichensatzung, um auch hier den einhelligen Willen aller Gruppen der Uhrenwirtschaft zur Durchführung zu bringen. Die Beschlußfassung hierüber wird am 6. August erfolgen, und wir hoffen, daß auch hier ebenso wie in der Sitzung am 27. Juli eine Einmütigkeit erreicht wird.

Wir freuen uns, der Öffentlichkeit den nachstehenden Beschluß bekanntzugeben:

Beschluß

In der heutigen Sitzung der Vertreter aller Gruppen der Uhrenwirtschaft wurden folgende Beschlüsse gefaßt:

1. Die Fortführung der Gemeinschaftswerbung für die deutsche Uhrenwirtschaft wird von allen Vertretern gewünscht und gutgeheißen.
2. Es wird zur praktischen Durchführung des Werbeplanes ein kleiner Ausschuß gebildet, der in Gemeinschaft mit einem Werbeberater einen festen Plan für die Herbstwerbung aufstellt und dem Arbeitsausschuß zur Genehmigung vorlegt. Der kleine Ausschuß nimmt seine Arbeit unverzüglich auf.
3. Die anwesenden Vertreter aller Gruppen der Uhrenwirtschaft sind sich darüber einig, daß die Fortführung der Gemeinschaftswerbung die sofortige Pflichterhebung des Werbebeitrages von 1% im allgemeinen Umfange erfordert. Diese Regelung gilt jedoch nur bis 31. Dezember 1936.

Nach diesem Zeitpunkt wird auf Grund der Erfahrungen und des Erfolges der Herbstwerbung, und zwar unter Hinzuziehung aller in der heutigen Sitzung vertretenen Gruppen der deutschen Uhrenwirtschaft der Umfang der Gemeinschaftswerbung für das erste Halbjahr 1937 neu festgesetzt.

4. Als Gemeinschaftswerbung sind nur solche Werbemaßnahmen anzusehen, die für jedes große und für jedes kleine Uhrenfachgeschäft gleichmäßig nutzbringend sind.

Ziel der Gemeinschaftswerbung ist, den Absatz von Uhren im Fachgeschäft zu heben, ihn im Wettbewerb mit den Erzeugnissen anderer Branchen zu stärken und das Vertrauen zum Uhrenfachgeschäft zu festigen.

Für den Einzelhandel:

Fachgruppe 23, Juwelen, Gold-, Silberwaren, Uhren,
Fachuntergruppe Uhren.

Reichsinnungsverband
des Deutschen Uhrmacherhandwerks.

Reichsverband
der Deutschen Uhrmacher und Uhreneinzelhändler EV.

Alpina Deutsche Uhrmacher-Genossenschaft e. G. m. b. H.
ZentRa Markenuhrverein EV.

Ankra Verkaufs- und Garantiegemeinschaft Deutscher
Uhrenfachgeschäfte e. V.

Unter Vorbehalt der Zust.
des A.-R. der Alpina.