

oder bezirklich zuständigen Leiter der Fachgruppe in der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel. Erfolgt keine Einigung, so entscheidet der Reichsinnungsmeister für das Uhrmacherhandwerk und der Leiter der Fachgruppe 23 gemeinschaftlich. Im Berufungsfalle entscheidet endgültig der Arbeitsausschuß.

4. Das Uhrenfachgeschäft ist auf Grund der allgemeinen Zahlungs- und Lieferungsbedingungen verpflichtet, ordnungsgemäß verwendete Werbemarken zu bezahlen. Weigert sich ein Uhrenfachgeschäft, ordnungsgemäß verwendete Werbemarken zu bezahlen, so muß ihm der Arbeitsausschuß der Gemeinschaftswerbung die Befugnis zur Führung des Fachzeichens entziehen und dessen Entfernung, gegebenenfalls gerichtlich, erzwingen. Auch jede gegen die Zeichensatzung verstößende Handlung zieht den Verlust des Fachzeichens nach sich.

5. Mit der wachsenden Bedeutung und Wirkung der Uhren-Gemeinschaftswerbung übernimmt diese eine immer größer werdende Verantwortung für die Leistungsfähigkeit und das Aussehen der Fachgeschäfte. Dieser Verantwortung muß sich jedes Fachgeschäft ständig bewußt sein.

Diese Richtlinien werden für die Dauer der Verpflichtungserklärung, die von den Lieferanten eingeholt wird, anerkannt.

Für den Einzelhandel:

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

Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks.

Reichsverband

der Deutschen Uhrmacher und Uhreneinzelhändler EV.
Flamm. Sander. Flügel. König.

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

Ankra — Verkaufs- und Garantiegemeinschaft
Deutscher Uhrenfachgeschäfte EV.

Garantiegemeinschaft Deutscher Uhrmacher e. V.
Rothmann. Kraß. Alex. Doll.

Für den Großhandel:

Reichsverband des Deutschen Uhrengroßhandels EV.
Bickel. Dr. Heßler.

Für die Uhrenindustrie:

Uhrenfabriken: Junghans — Kienzle — Mauthe
und als Vertreter aller Uhrenfabriken, die unmittelbar am
Uhrenfachgeschäft beteiligt sind: Speck und Braun.

Die Richtlinien für den Begriff Fachgeschäft und die Richtlinien für die Verleihung des Fachzeichens sollen den Organisationen in entsprechender Anzahl zugestellt werden, damit diejenigen Uhreneinzelhändler, die Anspruch auf die Verleihung des Fachzeichens erheben, diese Richtlinien unterschreiben und anerkennen und sie über die zuständige Organisation an die Gemeinschaftswerbung zurückgeben. Ein Stück des Abdruckes behält der Antragsteller bei seinen Akten. Auf Grund der eingegangenen Anträge werden die Fachzeichen verteilt. Da das Glasfachzeichen ein Wertstück ist, muß die Verteilung auf Grund dieser genauen Unterlagen vorgenommen werden.

Unter Verschiedenes werden noch einige wichtige Fragen allgemeiner Natur besprochen. Es wird insbesondere der Genugtuung Ausdruck gegeben, daß alle Gruppen der Uhrenwirtschaft einmütig zusammenwirken, das läßt hoffen, daß die Uhrenwirtschaft auch im Jahre 1937 die Aufgaben und Schwierigkeiten lösen wird, die ihr gestellt werden.

Alle Beschlüsse wurden einstimmig gefaßt. Der Vorsitzende Sander stellte noch fest, daß nach den Richtlinien des Arbeitsausschusses die nächste Sitzung vom Großhandel geleitet wird. Er sprach allen Beteiligten den herzlichsten Dank für ihre einmütige Mitarbeit aus und schloß die arbeitsreiche Tagung nach 5 Uhr.

Wir freuen uns, von dem Erfolg der Gemeinschaftswerbung berichten zu können, insbesondere auch von der einmütigen Haltung aller Gruppen des Uhreneinzelhandels, des Uhrengroßhandels und der Industrie.

Selten sind bei einer Beratung so einmütige, für die Zukunft wichtige Beschlüsse gefaßt worden, wie in dieser Besprechung. Die für die Gemeinschaftswerbung aufgebrauchten Mittel sind als stärkste Waffe für den Uhreneinzelhandel mit Erfolg eingesetzt. Es sind Ausgaben, die vielfach wieder hereingekommen sind. Die Geschlossenheit der Uhrenwirtschaft hat Erfolge gezeitigt, an die man früher nie geglaubt hätte. An diesen Tatsachen können diejenigen, die immer noch glauben, von dem Nutzen, den die Allgemeinheit schafft, zu zehren, ohne die Pflichten auf sich zu nehmen, nichts ändern.

In kürzester Frist werden wir den gesamten Werbeplan für die Osterwerbung veröffentlichen, damit jeder Uhrmacher sich überzeugen kann, daß auch dieses Mal die Gemeinschaftswerbung ein Erfolg sein wird. (I/1234)

W. König.



Für Sie, Herr Gehilfe!

Nochmals das Gegenschwungpendel

Der in Nr. 51 der UHRMACHERKUNST erschienene Aufsatz über das Gegenschwungpendel kann Anlaß zu der Auffassung geben, als ob bei jedem Gegenschwungpendel die Verschiebung des Aufhängepunktes keine Änderung der Schwingungsdauer ergäbe. Diese Eigenschaft kommt aber nur dem sogenannten „Schülerschen Pendel“ zu. Darüber habe ich ausführlich in der UHRMACHERKUNST 1929, Nr. 46 (S. 241) berichtet. Dort ist

gezeigt, daß die beiden Massen des Gegenschwungpendels und ihre Abstände vom Drehpunkt in ganz bestimmtem Verhältnis¹⁾ stehen müssen, wenn der Einfluß einer Verschiebung des Drehpunktes ein Geringstwert sein soll.

1) Ist P_1 die untere Masse und r_1 ihr Abstand vom Drehpunkt, $P_2 = v P_1$ und $r_2 = u \cdot r_1$ entsprechend für die obere Masse, so besteht für die Pendellänge die Bedingungsgleichung:

$$l = r_1 \cdot \frac{1 + u^2 \cdot v}{1 - u \cdot v}$$