

Mitteilungen des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher (Einheitsverband)

Verantwortlich für den Inhalt: Der Direktor des Verbandes W. König, Halle (Saale), Königstraße 84

Vorstands-Sitzung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher E. V. am 4. und 5. September 1927 in Eisenach

Die erste Vorstands-Sitzung des von der Reichstagung in München gewählten Gesamtvorstandes fand am 4. und 5. September in Eisenach statt. Unter Berücksichtigung der Wichtigkeit der Tagesordnung waren zwei Tage für die Verhandlungen angesetzt, von denen der erste Tag im besonderen der Erledigung der Centra-Fragen gewidmet war.

Anwesend waren: der Vorsitzende, Herr Enno Kerckhoff (Neuwied), der 2. Vorsitzende, Herr Paul Magedeburg (Leipzig-Gohlis), vom Vorstand die Herren Oswald Firl (Erfurt), M. Fleig (Mannheim), Bruno Gohlke (Berlin SW 29), Richard Hofmeister (Stuttgart), Ludw. Inkoferer (Regensburg), Verbandsdirektor W. König (Halle a. d. S.), von der Geschäftsstelle Herr Dr. Miske. Der in München gewählte Centra-Ausschuß, bestehend aus den Herren A. Kratz (Minden), Alfr. Scheer (Berlin), Otto Petzhold (Berlin), Carl Dörler (Essen), nahm gleichfalls an den Beratungen am ersten Tage teil. Von der Fachpresse waren die Herren F. A. Kames (Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin), Karl Naumann (Uhrmacher-Woche, Leipzig), A. Scholze (Uhrmacherkunst, Halle a. d. S.) und Fulde (Westdeutsche Uhrmacher- und Goldschmiede-Zeitung, Köln) anwesend. Den Verhandlungen über die Gemeinschafts-Reklame wohnte noch Herr Hans Walter Gerlach (Leipzig) bei.

Der erste Tag

Der Vorsitzende, Herr E. Kerckhoff, eröffnet die Sitzung am Sonntag mit einer Begrüßung der Anwesenden und tritt zunächst in die Fragen der

Gemeinschafts-Reklame

ein. Infolge des Münchener Beschlusses müssen von dem deutschen Uhrmacher 50 000 RM für die große Gemeinschafts-Reklame aufgebracht werden, damit die Fabrikanten und Grossisten die entsprechenden Mittel aufbringen. Nur auf diesem Wege kann die Gemeinschafts-Reklame gesichert werden, die die Kaufkraft des Publikums von den übrigen, eine große Gemeinschafts-Propaganda planenden Branchen unserem Gewerbe zuführt. Mit Hilfe unserer Innungen und Fachzeitschriften sollen unsere Kollegen von der großen Wichtigkeit einer solchen Kundenwerbung in Kenntnis gesetzt werden.

Herr Verbandsdirektor König berichtet über die bisher stattgefundenen Gemeinschafts-Reklame. Bisher sind ca. 330 000 RM für die Gemeinschafts-Reklame ausgegeben worden. Die Finanzierung ruhte allein auf der Schultert der dem Wirtschaftsverband der Deutschen Uhrindustrie angeschlossenen Firmen und der in der „Uhrmacherkunst“ veröffentlichten Grossisten. Um die Gemeinschafts-Reklame nunmehr fortzusetzen, ist die Belastung der einzelnen Unterverbände gemäß dem Münchener Beschlusse inzwischen erfolgt. Hier sind verschiedentlich von den Unterorganisationen Fehler gemacht worden, indem einfach für jeden Kollegen der Betrag von 5 RM festgelegt wurde. Besser ist es, die größeren Geschäfte anzuhalten, größere Beträge für die Gemeinschafts-Reklame zu geben. Wenn beispielsweise in Frage kommenden Kollegen je 20 bis 30 RM oder 50 RM aufbringen, so wird es leicht sein, den Stubenarbeitern die Kosten für die Gemeinschafts-Reklame ganz zu erlassen und von den Kollegen mit einem Kleinverkaufsgeschäft nur einen geringen Betrag zu fordern, den diese auch gern bezahlen werden. Mit den Mitteln soll nicht nur reine Inserat-Reklame in den Tageszeitungen getrieben werden; es sollen einmal die länger anhaltenden Monatschriften berücksichtigt werden, welche durch die Leserkartei einem größeren Leserkreis zugeführt werden, zum anderen müßten auch Werbeschriften, Plakate, Postkarten usw. geschaffen werden, die unsere Kollegen entsprechend zu verwenden haben. Schließlich ist geplant, auch den Film mit in den Dienst der Uhrenpropaganda zu stellen. Der Vorstand sollte sich nun darüber entscheiden, ob die Uhrenpropaganda mit der Schmuckpropaganda verbunden werden soll, da beide Materien so eng miteinander verflochten sind, daß hier nur leicht ein Leerlauf stattfinden kann, wenn nicht beide Propaganda-Arten nach einem bestimmten Plane aufgezogen werden. Es steht zu erwarten, daß die Grossisten und Fabrikanten mindestens die gleichen Summen wie der Zentralverband aufbringen werden. Schwierigkeiten bestehen dort nur noch bezüglich der Kontrolle der Reklameabgabe; es wird hier unter Benutzung des Schweizer Musters durch eine Markenentwertung auf den Rechnungen die beste Lösung gegeben sein. In dem Zeitpunkt, in dem feststeht, daß die 50 000 RM von uns aufgebracht werden, wird mit den Fabrikanten und Grossisten die genaue Durchführung des Reklameplanes beschlossen. Vor allem

wird auch angeregt werden, die Gemeinschafts-Reklame nur unter dem Zeichen des Fachgeschäftes herausgehen zu lassen. Die Kollegen erweisen sich also einen großen Dienst damit, wenn sie beschleunigt die entsprechenden Schilder bezw. Plakate mit dem Fachzeichen für ihr Geschäft beschaffen.

Herr Gerlach berichtet über die Erfolge der Propaganda im Schmuckgewerbe. Die Schmuckwaren-Fabrikanten und -Grossisten versehen jede Rechnung mit Marken, wie es die Schweizer Kollegen handhaben. Der Fabrikant bezahlt 1/2 % des Rechnungsbetrages und rechnet hiervon 1/4 % dem Grossisten an. Es wird auch im Schmuckgewerbe neben der Tagesstellungs-Reklame in den illustrierten Blättern usw. Reklame getrieben. Eine ausführliche Darstellung wird über den Nutzen und die Durchführung der Filmpropaganda gegeben. Hier kommt es vor allem darauf an, eine Verleihschuld zu verpflichten, den Film auch in den Lichtspieltheatern laufen zu lassen. Herr Gerlach gibt noch sehr beachtenswerte Vorschläge über die Durchführung einer gemeinsamen Uhren- und Schmuckpropaganda.

Die Herren des Vorstandes betonen, daß es sehr gut möglich ist, Uhren und Schmuck zusammen zu propagieren. Es muß also allen Kollegen klargemacht werden, daß die verhältnismäßig geringen Kosten für die Gemeinschafts-Reklame die beste Kapitalanlage sind. Sollten jetzt unsere Kollegen versagen, so wird ein nicht wieder gutzumachender Schaden dadurch entstehen, daß die anderen Branchen die Kundschaft in ihre Geschäfte locken.

Die Vertreter der Fachpresse sprechen sich für einen möglichst frühzeitigen Beginn der Gemeinschafts-Reklame aus. Sie erkennen den Wert des Münchener Beschlusses und wollen nach besten Kräften dazu beitragen, die deutsche Kollegschaft von seiner Wichtigkeit zu überzeugen. Die an manchen Orten aufgetauchten Schwierigkeiten in der Einbringung der geringen Beiträge müssen durch eine verständnisvolle Aufklärung beseitigt werden. Wenn auch durch die hohen Steuerlasten usw. unser Gewerbe schwer zu leiden hat, so darf dieser Umstand keinesfalls dazu beitragen, eine solche wichtige Maßnahme, wie die in München beschlossene, irgendwie zu gefährden. Der dann entstehende Schaden steht ja in keinem Verhältnis zu dem Nutzen, der auf jeden Fall aus der Gemeinschafts-Reklame erwachsen muß.

Es wird darauf hingewiesen, daß eine Anzahl unserer Unterverbände bereits mit dem besten Erfolge an die Einziehung der Beiträge für die Gemeinschafts-Reklame gegangen ist. Die weitere Durchführung der Gemeinschafts-Propaganda, die ja mit Rücksicht auf die Konkurrenz der übrigen Branchen vorher nicht in die Öffentlichkeit kommen kann, soll in engem Konnex mit der Propaganda des Schmuckgewerbes vorgenommen werden.

Nachdem nunmehr der Centra-Ausschuß vollzählig eingetroffen ist, geht Herr Kerckhoff zu dem Punkt

Centra

über. Man hat in München die Centra-Kommission gewählt, damit diese, uneinflusst von dem Vorstand des Zentralverbandes, die Vorarbeiten für die Weiterführung der Markenurherledigung sollte. Herr Kratz berichtet nunmehr über die bisherigen Arbeiten der Kommission. Der Münchener Beschluß hat sich dahin ausgewirkt, daß die eigentliche Geschäftsführung auf den Centra-Ausschuß überging, der jetzt durch den Vorstand des Markenurhervereins ersetzt werden sollte. Dieser Verein soll alle die Kollegen zusammenfassen, die ein ernstliches Interesse an dem Gedanken der Markenurher haben und dieses Interesse dadurch kund tun, daß sie gewillt sind, zur Finanzierung der Publikumspropaganda einen Beitrag zu leisten. Dieser Beitrag ist einmalig und soll nach Einführung der Markenurher durch eine mehrprozentige Abgabe vom Umsatz des oder der Lieferanten ersetzt werden. Die Gebundenheit der Markenurher an den Zentralverband infolge des entsprechenden Münchener Beschlusses bleibt dadurch gewahrt, daß in den wichtigsten Fragen, die satzungsgemäß festgelegt sind, die Zustimmung des Zentralverbandes erforderlich ist. Für die Durchführung der übrigen Angelegenheiten bleibt der Vorstand des Centra-Vereins dem Zentralverband bezw. dessen Vorstand gegenüber verantwortlich.

Eine Aussprache innerhalb des Vorstandes ergibt, daß gegen diese Auffassung kein Widerspruch besteht, so daß also in Zukunft der Vorstand des Zentralverbandes sich nicht mehr direkt mit den einzelnen Centra-Fragen beschäftigt, sondern der Markenurher-Verein nur noch in den ihm vorgeschriebenen Angelegenheiten mit der Geschäftsstelle des Zentralverbandes zu

arbeiten hat, die ihrerseits wieder bei Bedarf die Entscheidung des Zentralverbands-Vorstandes einzuholen hat.

Herr Kratz führt weiter in seinem Bericht fort. Die Kommission hat mit einer Anzahl von Grossisten in Verhandlungen gestanden, um den Vertrieb der Centra-Uhren in einer anderen Weise als bisher zu regeln. Es ging nicht an, die Lieferung, wie bisher, auf eine zu breite Grundlage zu stellen, vielmehr wurde versucht, nur einen oder eine begrenzte Zahl lieferungsfähiger Grossisten zu verpflichten, die Lieferung unter den gegebenen Voraussetzungen zu übernehmen. Schwierigkeiten entstanden hierbei insofern, als versucht wurde, das Risiko des Markenur-Vertriebes auf die Uhrmacher abzuwälzen. Da eine solche Regelung nur unter Gründung einer eintragsfähigen Genossenschaft möglich wäre, diese jedoch aus den bekannten Gründen nicht in Frage kommt, mußten diese Verhandlungen fallen gelassen werden. Ein anderer Vorschlag ging dahin, eine begrenzte Zahl Grossisten zur Führung der Centra-Uhren zu verpflichten und die von diesen einzufordernden Lizenzen für die Inangriffnahme der Centra-Propaganda zu verwenden. Es wurde schließlich noch ein anderes Angebot vorgelegt, in welchem ein Grossist sich nur noch auf die Centra-Uhren festlegen wollte, um durch Bezirksvertretungen den Uhrmachern zuzuführen. Ein diesbezüglicher Vertragsentwurf lag der Versammlung vor. Der Referent bemängelt noch, daß von den bisherigen Centra-Lieferanten unter Berücksichtigung der bei den Kollegen vorrätigen Centra-Uhren die Umsatzabgaben nicht zur Zufriedenheit an den Zentralverband abgeführt wurden.

Die Centra-Kommission macht daraufhin den Vorschlag, zunächst in die Prüfung dieses letzten Angebotes einzutreten. Im Falle der Ablehnung soll mit einem anderen interessierten Grossisten sofort in Verhandlungen eingetreten werden. Führen auch diese nicht zum Erfolg, so sollen durch eine Ausschreibung in der Fachpresse Angebote eingeholt werden. Wird auch hierdurch keine geeignete Großhandlung gefunden, die den Vertrieb allein übernehmen kann, so soll mit einer begrenzten Zahl Grossisten auf der Basis einer Lizenzabgabe die entsprechende Vereinbarung getroffen werden.

Der Münchener Beschluß der Namensänderung der Centra, so führt der Referent weiter aus, ist der ungünstigste Beschluß, den wohl in der Reichstagsungung gefaßt wurde. Seine volle Tragweite hat sich erst jetzt gezeigt, wo es gilt, ihn zur Durchführung zu bringen. Ganz abgesehen davon, daß kein Geschäftsmann seine Firma ändern wird, die ihn einen solchen Betrag gekostet hat, wie bisher für die Propagierung der Centra ausgegeben wurde, ganz abgesehen von den zahllosen Centra-Uhren, die noch bei den Fabrikanten, Grossisten und bei den Kollegen auf Lager liegen, ganz abgesehen davon, daß eine ganze Reihe von Fabrikanten und eine große Anzahl Kollegen die Namensänderung einfach nicht annehmen und auf jede weitere Verbindung mit dem Markenur verzichten, ist es von ausschlaggebender Bedeutung, daß die Neueinführung eines Warenzeichens voraussichtlich ein Jahr dauern wird, vorausgesetzt, daß seitens des Patentamtes infolge der einkaufenden Widersprüche keine besonderen Schwierigkeiten gemacht werden. Während dieses einen Jahres ist eine Propagierung der Markenur unmöglich. Die deutschen Uhrmacher bekommen in absehbarer Zeit keine Markenur, welche nur in Fachgeschäften erhältlich ist. Sie werden den Untersuchungen zugriehen, die ähnliche Zwecke verfolgen, sehr zum Schaden des Zentralverbandes. Es ist weiterhin unmöglich, vorläufig noch den Namen Centra weiter zu propagieren und dann im nächsten Jahre nach erfolgter Eintragung eines neuen Warenzeichens die Umbenennung vorzunehmen. Ebenso stößt der Vorschlag, lediglich für Süddeutschland, insbesondere für Württemberg, eine besondere Marke einzuführen, auf unübersehbare Schwierigkeiten.

Mit Bezug auf die Schuldenübernahme der vom Zentralverband für die Centra aufzufordernden Kapitalisierung lehnt der Centra-Ausschuß jede Übernahme ab, falls der Name Centra fällt. Im anderen Falle müßte auch hier der neuen Centra-Vereinigung weitgehend entgegengekommen werden.

Herr Hoffmeister (Stuttgart) weist darauf hin, daß der Vorstand des Zentralverbandes kein Recht hat, einen Beschluß der Reichstagsungung umzustößen, denn sonst könnte es nicht verhindert werden, daß ähnliche Fälle in Zukunft wieder vorkommen und somit die Abhaltung einer Reichstagsungung illusorisch wird. Er tritt mit zäher Entschiedenheit für die Beseitigung des Namens Centra ein.

Der Vorsitzende, Herr Kerckhoff, stellt zunächst fest, daß der Vorstand überhaupt nicht daran denken kann, einen Beschluß der Reichstagsungung umzustößen. Es soll hier keine Rede über beraten werden, wie der Münchener Beschluß zur Ausführung zu bringen ist. Es wird angeregt, das markante Spiralzeichen als Prüfzeichen für alle Qualitätsuhren zuzulassen, die bestimmten, von einem Fachausschuß festgelegten Bedingungen entsprechen, und an Stelle des Wortes Centra einen neuen Namen zu finden. Demgegenüber wird jedoch darauf hingewiesen, daß nach dem Münchener Beschluß etwas der Alpina bezw. den

übigen Vereinigungen Ähnliches geschaffen werden soll, so daß also der Gedanke des Prüfzeichens für alle Qualitätsuhren nicht dem Willen der Reichstagsungung entspricht. Auch diesen Fall müsse bis zum Weihnachtsfest die Kundenwerbung für die Markenur eingesetzt haben, um den in München gegebenen Richtlinien Folge zu leisten.

Herr Gohlke erklärt nunmehr, daß unbedingt alsbald die Markenur propagiert werden muß, wenn nicht die abweisenden Kollegen für sie verlorengehen sollen. Es muß ein Weg gefunden werden, den Namen Centra zu belassen. Sollte infolge Festhaltens an den Münchener Beschlüsse die Centra dazu verurteilt werden, mindestens ein Jahr zu schalen, so gründen die Kollegen, die an der Markenur Interesse haben, unter Umgehung des Zentralverbandes eine eigene Centra-Mark. Dieser Schritt muß zu den schwersten Verwickelungen führen.

Es folgt nunmehr eine sehr rege Aussprache über die Möglichkeit der Findung eines neuen Namens. Zwei neue Namen sind bereits angemeldet; es hat sich herausgestellt, daß beide bereits für die Schweizer Fabrikanten, die ja fast jedes mögliche Wort bereits unter Schutz gestellt haben, registriert sind. Ebenso führt eine Aussprache bezüglich der Übernahme des Warenzeichens eines deutschen Uhrengrossisten zu keinem Ergebnis, da hier ähnliche Bedenken vorliegen, wie sie der Stuttgarter Konkurrenzfirma mit Bezug auf den Namen Centra gegenüber geltend gemacht werden. Es wird eine Reihe von Vorschlägen dem Vorstand unterbreitet, alle möglichen Variationen, wie Centra, Zentra, Zevau (Zentralverbandsuhr) usw. werden debattiert und wieder verworfen. Ebenso lehnt Herr Hoffmeister einen Vorschlag ab, der dahin geht, auf Grund der bei der Abstimmung über die Namensänderung in München herrschenden Unklarheit nochmals eine Abstimmung abzuhalten. Der Stuttgarter Antrag durch den Kollegen Hoffmeister in München zurückzuführen ist, daß sich die deutschen Uhrmacher wegen einer einzigen Außenseiterfirma zu diesem, in seinen Folgen nicht zu überschendenden Beschlüsse bestimmen ließen. Dieses Zeichen der Einmütigkeit zeigt so recht deutlich, daß immer wieder der große Gedanke der Gemeinsamkeit in den Reihen der deutschen Kollegen zu finden ist, wenn es gilt, zusammenzustehen. In München waren sich die wenigsten Kollegen über die unüberwindbaren Schwierigkeiten der Durchführung der Namensänderung klar, wenn die Kollegen in Stuttgart anders verfahren ohne Erfolg, die Versammlung über diesem Beschlüsse. Jetzt haben sich die Auswirkungen in ihrer vollen Tragweite gezeigt. Die größten deutschen Innungen, wie Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, Dresden, Cottbus, das ganze Rheinland und eine große Zahl Einzelkollegen haben mit aller Bestimmtheit eine Revision des Münchener Beschlusses beantragt, da anderenfalls das ganze Gebäude der Markenur zusammenfallen muß.

Es wird von verschiedenen Seiten angeregt, die Württemberger Kollegen zu bestimmen, im Interesse der deutschen Kollegenschaft auf die Durchführung des Münchener Beschlusses zu verzichten. Nur in diesem Falle wäre man in der Lage, die Weiterführung des Centra-Zeichens zu ermöglichen.

Der Vorsitzende richtet nunmehr an die Centra-Kommission die Frage, ob sich die Kommission außerstande sieht, bei Änderung des Wortes ihre Arbeit fortzusetzen. Nach kurzer Beratung erklärt der Centra-Ausschuß durch Herrn Kratz, daß, wenn der Name geändert wird, keine Reklame in absehbarer Zeit vorgenommen werden kann und somit keine fruchtbare Arbeit zu leisten ist. Der Centra-Ausschuß erklärt ferner, daß die Reichstagsungung München gewissig hat, mit der Centra ein Abwehrmittel gegen ähnliche Unternehmungen zu schaffen. Der Kompromißvorschlag, die Markenur nur mit der Spirale zu propagieren, ist hierzu nicht geeignet. Der Centra-Ausschuß, dem ja in München die Aufgabe gestellt wurde, bis zum Oktober mit der Reklame herauszukommen, muß also sein Amt in die Hände des Vorstandes zurücklegen, da ihm keine Möglichkeit gegeben ist, den Münchener Beschluß durchzuführen.

Herr Hoffmeister (Stuttgart) hat während der ganzen Debatte zu wiederholten Malen in ausführlicher Weise auf die Unmöglichkeit hingewiesen, auf die Durchführung des Münchener Beschlusses zu verzichten. Es geht nicht an, die Kollegen vorzuschlagen, welche die Einführung eines neuen Namens vorzusehen, auch mit dem Vorschlag, vorläufig das Spiralzeichen ohne Namen für die Propaganda zu benutzen, um dann später ein Wortzeichen zuzusetzen. Sein in Stuttgart gegebenes Wort bindet ihn jedoch daran, vom Vorstand entweder die Durchführung der Namensänderung oder ihre Ablehnung zu fordern. Er bedauert im Interesse der Einigkeit der deutschen Kollegen

schaft überaus die sich aus der Durchführung des Beschlusses ergebenden Folgen. Er sieht die letzte Möglichkeit, den deutschen Uhrmachern zu dienen, darin, daß seine württembergischen Kollegen darüber in Kenntnis gesetzt werden, daß er ist, was menschlich möglich war. Herr Hoffmeister verspricht, in einer einberufenden Unterverbandstagung seinen württembergischen Kollegen klarzumachen, in welche Lage sie den Zentralverband bringen, wenn die Markenuhr offiziell Festhaltens an dem Münchener Beschlüsse jetzt abgetutet wird.

Der Vorsitzende, Herr Kerckhoff, bittet Herrn Hoffmeister, die Entscheidung über die Fortführung der Centra so schnell wie möglich bei den württembergischen Kollegen in die Wege zu leiten. Er stellt fest, daß, falls Württemberg auf die Durchführung des Münchener Beschlusses verzichtet, die Centra-Kommission auch die Arbeit wieder aufnimmt.

Herr Kratz schlägt nunmehr vor, für den Fall, daß dieser Beschluß bei unseren Württembergern Kollegen zustande kommt, den Markenuhrverein zu gründen, der alle Centra-berechtigten Kollegen zusammenfaßt. Bezüglich des Vertriebes der Centra-Uhren soll dann — immer vorausgesetzt, daß Württemberg auf die Durchführung des Beschlusses verzichtet — in der eingangs vorgeschriebenen Weise die Auswahl des oder der Vertragsgrößen vorgenommen werden.

Es wird sodann von sieben der anwesenden Herren der Markenuhrverein gegründet. Herr Verbandsdirektor König übernimmt die Leitung der Gründungsversammlung. Die Satzung, die im Entwurf vorliegt, wird eingehend besprochen und Punkt für Punkt einstimmig angenommen. Sie hat folgenden Wortlaut:

Satzung des Markenuhrvereins, eingetragener Verein **Name, Sitz und Zweck**

§ 1. Der am 4. September 1927 unter dem Namen Markenuhrverein gegründete Verein besitzt die Rechte einer juristischen Person und hat seinen Sitz in Berlin. Der Verein bezweckt die Förderung der auf dem Gebiete der Geschäftspropagierung liegenden gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere durch Propagierung eines oder mehrerer Verbandsmarkenzeichen. Der Verein ist in das Vereinsregister einzutragen.

Eintritt und Austritt der Mitglieder

§ 2. Mitglied kann jeder Inhaber eines Uhrengeschäftes werden, der Mitglied des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher ist und sich nachstehenden Verpflichtungen unterwirft: 1. Jedes Mitglied, das die mit dem Verbandsmarkenzeichen versehenen Uhren führen will, verpflichtet sich, sein Fachgeschäft ordnungsgemäß zu führen, insbesondere sich den gegebenen Richtlinien und Weisungen anzupassen.

2. Die mit dem Verbandszeichen versehenen Uhren dürfen nur an Verbraucher, nicht aber an Wiederverkäufer abgegeben werden.

3. Jedes Mitglied, das die mit dem Verbandszeichen versehenen Uhren führt, verpflichtet sich, diese Uhren nicht zu verkaufen, ehe sie nicht nochmals genau geprüft worden sind, um auch Fehler, die beim Versenden entstehen können, auszuscheiden.

4. Jeder Käufer einer mit dem Verbandszeichen versehenen Uhr ist gewissenhaft fachmännisch zu beraten, damit er für seinen Verwendungszweck, Beruf, Geschmack und Geldmittel die beste Uhr erhält.

5. Jede mit dem Verbandszeichen versehene Uhr hat einen festen Preis. Die Übertreibung eines Käufers einer solchen Uhr zieht den Verlust der Mitgliedschaft nach sich.

6. Für jede mit dem Verbandszeichen versehene Uhr wird von Fachgeschäften, welche berechtigt sind, diese Uhren zu verkaufen, garantiert (Garantiegemeinschaft).

7. Jedes Mitglied verpflichtet sich ferner zu einer sorgfältigen Pflege seines Verkaufsgeschäftes. Insbesondere ist der sorgfältigen Pflege des Schaufensters und der für das Publikum bestimmten Auslagen eine besondere Aufmerksamkeit zu widmen.

8. Jeder Käufer einer mit dem Verbandszeichen versehenen Uhr erhält von dem Markenuhrverein das Recht zugesprochen, sich direkt an die Geschäftsführung des Vereins zu wenden, wenn er glaubt, Anlaß zur Klage zu haben.

9. Im übrigen haben die in der Verbandszeichensatzung festgelegten Bestimmungen für die Mitglieder des Markenuhrvereins verbindliche Rechtswirkung.

§ 3. Zur Erlangung der Mitgliedschaft bedarf es eines entsprechenden Antrages an den Markenuhrverein. Die Aufnahme kann nur erfolgen, wenn der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher seine Zustimmung erteilt. Der Antrag kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden. Die Entscheidung unterliegt nicht der Beschwerde. Die zur Führung und Benutzung des Verbandszeichens berechtigten Mitglieder erhalten eine diesbezügliche Ausweisurkunde.

§ 4. Die Mitgliedschaft erlischt:

a) infolge freiwilligen Austritts zum Schluß eines Kalenderjahres. Die Austrittserklärung muß in eingeschriebenem Briefe

bis spätestens 1. Oktober des betreffenden Jahres bei der Geschäftsstelle des Vereins eingehen. Vom Tage der Abmeldung erlischt die Berechtigung zum Bezug bzw. zur Empfangnahme von mit dem Verbandszeichen versehenen Uhren und Propagandamaterial. Nach erfolgtem Ausscheiden aus dem Verein dürfen keine mit dem Verbandszeichen versehenen Waren feilgeboten und keine mit dem Verbandszeichen versehenen Drucksachen und Reklamemittel mehr verwendet werden. Das vom Verein gelieferte Propagandamaterial bleibt dessen Eigentum; es wird gegen die festgesetzten Mietgebühren geliefert, muß jedoch bei Ausscheiden kostenfrei zurückgeliefert werden.

Der Verein ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, die noch bei dem ausgeschiedenen Mitglied befindlichen Waren und Propagandamaterial unter gerechter Wahrung der Interessen beider Parteien zu übernehmen bzw. den Umtausch der mit dem Verbandszeichen versehenen Waren gegen solche gleichwertige Ware ohne Verbandszeichen in die Wege zu leiten. Bei etwa hier entstehenden Streitigkeiten entscheidet ein zu wählendes Schiedsgericht unter Ausschuß des Rechtsweges nach den Vorschriften des 10. Buches der Zivilprozeßordnung über das schiedsrichterliche Verfahren. Dieses Schiedsgericht setzt sich zusammen aus je einem von beiden Parteien zu ernennenden Schiedsrichter und einem Obmann, der von den beiden Schiedsrichtern gewählt wird. Erfolgt bei dieser Wahl keine Einigung, so ernannt die Handelskammer Berlin den Obmann.

b) infolge Ausschließung aus dem Verein bei Verletzung der Mitgliedschaftsregeln.

Die Ausschließung kann jederzeit durch den Vorstand des Markenuhrvereins erfolgen. Dieser bedarf hierzu der Zustimmung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher. Dem ausgeschiedenen Mitglied ist die Entziehung unter Angabe der Gründe, als welche vor allem die mit Bezug auf § 2 dieser Satzung genannten in Frage kommen, durch einen eingeschriebenen Brief mitzuteilen. Gegen den Beschluß ist innerhalb eines Monats nach Zustellung die Beschwerde an den Markenuhrverein zulässig. Dieser muß die Beschwerde der nächsten Mitgliederversammlung zur endgültigen Entscheidung vorlegen. Die Beschwerde schiebt den Eintritt der sofortigen Wirksamkeit der Entziehung nicht auf. Die Inanspruchnahme des ordentlichen Rechtsweges gegen die Entziehung der Mitgliedschaft ist ausgeschlossen.

Die Zurücknahme bzw. der Umtausch der mit dem Verbandszeichen versehenen Waren regelt sich wie unter a) angegeben.

c) infolge Aufgabe des Geschäftes und bei Konkurs des Mitgliedes.

Auch hier erfolgt die Zurücknahme bzw. Umtausch der mit dem Verbandszeichen versehenen Uhren bzw. der Propagandamittel sinngemäß, wie unter a) dieses Paragraphen angegeben.

Durch die Eröffnung eines Konkurses über das Vermögen eines Mitgliedes oder durch den Tod eines Mitgliedes haben die Gläubiger oder Erben kein Anrecht an das Vermögen oder sonstigen Besitz des Vereins.

d) infolge Todes des Mitgliedes.

Auch hier behält sich der Markenuhrverein die Zurücknahme bzw. den Umtausch der mit dem Verbandszeichen versehenen Sachen gegenüber den Erben ausdrücklich vor.

Beiträge

§ 5. Von den im Jahre 1927 eingetragenen Mitgliedern wird ein einmaliges Eintrittsgeld von 50 RM erhoben. Die Höhe des Eintrittsgeldes für die später hinzukommenden Mitglieder bestimmt die Mitgliederversammlung des Markenuhrvereins.

Die Mitgliederversammlung bestimmt den etwa zu zahlenden jährlichen laufenden Beitrag, der nur dann beantragt werden kann, falls die sich aus den Umsätzen an Markenuhren ergebenden Abgaben der Lieferantenfirmen nicht für eine angemessene Propaganda bzw. Geschäftsführung ausreichen. Keinesfalls darf ein höherer Jahresbeitrag als 30 RM beschlossen werden.

Bildung des Vorstandes

§ 6. Der Vorstand besteht aus dem Vorsitzenden, der den Verein nach innen und außen vertritt. Ihm zur Seite stehen zwei Beisitzer. Der Vorstand kann seine Beschlüsse nur unter Beiteiligung der Beisitzer durch Abstimmung fassen. Im Falle der Behinderung des Vorstandes kann dessen Unterschrift durch diejenige eines der beiden Beisitzer vollständig ersetzt werden.

Dem Zentralverband der Deutschen Uhrmacher steht ein Anspruch auf die Besetzung des einen Beisitzeramtes zu. Dieser Beisitzer wird vom Vorstand des Zentralverbandes ernannt. Er muß ferner ein Geschäftsführer des Zentralverbandes ist, Mitglied des Markenuhrvereins sein.

Dem Vorstand liegt die Bestimmung der mit der Verbandsmarke zu versehenen Uhren ob. Die Uhren müssen den Bedingungen entsprechen, die ein vom Markenuhrverein einzusetzender Fachauschuß aufstellt.

§ 7. Der Vorstand und der eine Beisitzer werden von der Mitgliederversammlung auf die Dauer von zwei Jahren mittels Zettelwahl gewählt. Indessen ist, sofern kein Widerspruch erfolgt, Wahl durch Zuzug gestattet. Wiederwahl ist zulässig.

Der vom Vorstand des Zentralverbandes zu ernennende andere Beisitzer wird ebenfalls auf die Dauer von zwei Jahren ernannt. Scheidet der Vorstand während der Wahlzeit aus, so tritt der von der Mitgliederversammlung gewählte Beisitzer an dessen Stelle. Scheidet der von der Mitgliederversammlung gewählte Beisitzer aus bzw. wird dessen Amt durch Aufücken zum Vorstand unbesetzt, so ernannt der Vorstand für den Rest der Wahlzeit einen Ersatzmann. Scheidet der vom Vorstand des Zentralverbandes ernannte Beisitzer aus, so wird vom Vorstand des Zentralverbandes für den Rest der Wahlzeit ein Ersatzmann bestimmt.

Bei Eintritt eines Vorstandsmitgliedes in eine Genossenschaft oder Korporation, die einen ähnlichen Zweck wie der Markenverein verfolgt, scheidet das betreffende Vorstandsmitglied vom Vorstand aus.

Im Jahre 1928 erfolgt die erste Wiederwahl des Vorstandes und der Beisitzer.

§ 8. Der Vorstand verwaltet das Vermögen und die Kasse des Vereins. Er kann sich hierzu eines Beauftragten bedienen.

Die Geschäfte des Vereins können durch einen Geschäftsführer wahrgenommen werden, dessen Anstellung und Kündigung nur unter Zustimmung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher vom Vorstand geschieht.

Mitgliederversammlung

§ 9. Die Mitgliederversammlung findet jährlich turnuslich im Zusammenhang mit der Reichstagung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher statt. Ist die Zusammenlegung mit der Reichstagung des Zentralverbandes aus einem erst nach Beendigung der vorhergehenden Reichstagung eingetretenen Anlaß nicht möglich, so kann die Bestimmung von Ort und Zeit durch den Vorstand erfolgen.

Die Einberufung der Mitgliederversammlung erfolgt durch den Vorstand in den für die Verbandsmitteilungen des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher vorgesehenen Uhrmacherfachzeitschriften unter der Überschrift: „Bekanntmachungen des Markenvereins“. Die Einladung hat vier Wochen vor der Tagung der Mitgliederversammlung zu erfolgen.

Die Beurkundung der auf der Mitgliederversammlung gefaßten Beschlüsse erfolgt durch den Vorstand. Die Beschlüsse der Mitgliederversammlung werden mit einfacher Stimmenmehrheit gefaßt. Über satzungsgemäße Beschlüsse kann nur ein Beschluß gefaßt werden, wenn sie auf der Tagesordnung stehen. Diese Beschlüsse bedürfen zwei Drittel Mehrheit der bei der Mitgliederversammlung anwesenden Mitglieder.

Über einen Antrag, der eine Auflösung des Markenvereins vom Zentralverband zum Gegenstand hat, kann ohne Zustimmung des Zentralverbandes kein Beschluß gefaßt werden.

§ 10. Außerordentliche Mitgliederversammlungen kann der Vorstand nach seinem Ermessen oder auf Antrag von mindestens einem Drittel der Mitglieder einberufen. In letzterem Falle muß die Einberufung erfolgen.

Auflösung des Vereins

§ 11. Sollte das Fortbestehen des Markenvereins unmöglich erscheinen, so kann er auf Beschluß der Mitgliederversammlung mit drei Viertel Stimmenmehrheit unter Zustimmung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher aufgelöst werden.

Über die Verwendung des Vermögens beschließt die Mitgliederversammlung, die den Auflösungsbeschluß faßt.

§ 12. Das Geschäftsjahr ist gleich dem Kalenderjahr.

§ 13. Streitigkeiten zwischen den Mitgliedern oder zwischen diesen und dem Vorstande werden durch ein Schiedsgericht entschieden. Das Verfahren vor dem Schiedsgericht erfolgt nach den Vorschriften des 10. Buches der Zivilprozeßordnung über das schiedsrichterliche Verfahren. Das Schiedsgericht wird gemäß § 44 zusammengesetzt.

Herr Verbandsdirektor König stellt fest, daß der Markenverein gegründet ist. Zum Vorstand des Markenvereins wird einstimmig Herr Albert Kratz, Minden, gewählt. Zum Beisitzer des Markenvereins wird Herr Petzhold, Berlin, gewählt. Der Vorstand des Zentralverbandes ernannt als zweiten Beisitzer den Syndikus des Zentralverbandes, Herrn Dr. Mücke, dem die besondere Aufgabe der Vertragsausarbeitungen usw. zuffällt. Alle Herren nehmen die Wahl an.

Zu den einhundert Punkten der Satzung wurde im besonderen hervorgehoben, daß der Sitz der Vereins eventuell noch geändert werden soll, falls feststeht, welche Großhandlung den Vertrieb der Uhren übernimmt. Vorläufig soll Herr Brandt, der Geschäftsführer des Wirtschaftsverbandes Optischer Geschäfte, Berlin W 50, Geisbergstr. 18, die Geschäftsführung übernehmen, da ja doch infolge des Münchener Beschlusses die Auflösung von der Geschäftsstelle des Zentralverbandes zu erfolgen hat. — Dem § 2 der Satzung wird in der Hauptsache eine gute

Werbewirkung gegenüber dem Publikum beizumessen sein. Die unter Ziffer 9 dieses Paragraphen angeführte Verbandsatzung enthält keine Verpflichtungen, die nicht schon in der Satzung genannt sind. Der Hinweis auf die Verbandsatzung mußte nur erfolgen, um eine Waffe gegen Außenseiter und üble Konkurrenz zu haben, falls diese auf irgend einem Wege Markennurche sich verschaffen sollten.

Eine rege Aussprache findet über die Höhe des einmaligen Eintrittsgeldes von 50 RM statt. Die bisher gezahlten bzw. durch Nachnahme erhobenen Beträge sollen hierauf angerechnet werden. Im übrigen kann der Rest in monatlichen Ratenzahlungen von 10 RM abgeführt werden. Es ist ersichtlich, daß dieser Beschluß über die Höhe des Eintrittsgeldes nur nach reichlicher Überlegung gefaßt wurde. Ausschlaggebend hierfür war der Wille der letzten Reichstagung, daß bis zum Herbst eine Propagierung der Markennurche erfolgen muß. Wenn jetzt die Kollegen noch nicht einmal einen geringen Bruchteil von dem aufbringen wollen, was ähnliche Unternehmungen fordern, so kann die Centra niemals zu einem lebensfähigen Gebilde werden. Im übrigen ist der Beitrag ein einmaliger; die Satzung sieht überhaupt keine bzw. allerhöchstens einen ganz geringen laufenden Jahresbeitrag vor, der nur in besonderen Ausnahmefällen erhoben werden darf. Vor allem übernimmt kein Kollege irgend ein Risiko wie bei einer Genossenschaft. Rechtlich betrachtet, handelt es sich ja hier lediglich um einen Zusammenschluß wie bei einem Turn- oder Gesangsverein.

Der Vorsitzende, Herr Kerckhoff, stellt nunmehr das von der Centra-Kommission vorgelegten Vertragsgutachten mit einer Grossistenfirma zur Debatte. Es war hiernach beabsichtigt, die bereits bestehende Firma: „Markenvereinsgesellschaft mit beschränkter Haftung“ als Vertriebsstelle der Markennurche auszubauen bzw. auf einen Grossisten zu übertragen. In dem Verträge war ferner eine Reklameabgabe an den Markenverein aus dem Umsatz vorgesehen, die erst vom dritten Geschäftsjahre an in voller Höhe zur Anrechnung kommt. Über den Rückzahlungsmodus des vom Zentralverband in die Centra investierten Kapitals wurde vom Vorstand beschlossen, einen gewissen Prozentsatz vom Reingewinn der Großhandlung zu beanspruchen, um allmählich eine Tilgung der Schuldsomme zu erreichen. Vor dem zweiten Geschäftsjahre soll keine Rückzahlung erfolgen; ebenso ist keine Verzinsung vorgesehen. Über eine mögliche Reduzierung des Gesamtbetrages der Schuldsomme an den Zentralverband soll noch endgültig Beschluß gefaßt werden.

Nach einer Aussprache des Vorstandes und des Centra-Ausschusses wird sodann einstimmig beschlossen, auf das vorliegende Angebot nicht einzugehen und sofort mit der anderen interessierten Großhandlung in Verhandlungen einzutreten. Führen diese zu keinem Erfolge, so soll gemäß dem Antrage der Kommission eine Ausschreibung stattfinden.

Der Vorsitzende, Herr Kerckhoff, stellt nochmals fest, daß die Voraussetzung für die ganze Durchführung des Planes der Centra-Kommission darauf beruht, daß die Württemberger Kollegen alsbald auf die Durchführung des Münchener Beschlusses die Verzichtserklärung abgeben. Er hofft zuversichtlich, daß sich diese über die so schwerwiegenden Folgen klar sind, die ein Festhalten an dem Beschlüsse für den Zentralverband bedeuten, und demzufolge die eigenen Interessen hinter die der Gesamtheit zurückstellen. — Mit dem Wunsche, daß somit die heutige Sitzung nicht nutzlos war, sondern reiche Früchte für den Organisationsgedanken bringt, schließt der Vorsitzende hierauf 23½ Uhr die Sitzung des ersten Tages.

Quelle: Deutsche Uhrmacher-Zeitung Nr. 38 vom 17. Sept. 1927 S. 737-740