

die Uhren einer ersten Fabrik (es handelte sich um Wecker) aus dem Warenhause des betreffenden Ortes herauszubekommen. Das war die Frage, auf die der Vorstand nach den Erfahrungen der letzten Jahre keine zutreffende Antwort geben konnte. In der betreffenden Sitzung wurde jedoch beschlossen, in eine Besprechung auf dem Verbandstage einzutreten mit dem Grundgedanken, ob es nicht möglich sei, den Uhrmachern eine besondere Marke zu schaffen.

Nun bekam ich in den letzten Tagen ein Anschreiben des Kieler Uhrmachervereins in die Hände, in dem der Vorschlag gemacht wird, einen besonderen Wecker mit einer eigenen Marke herstellen zu lassen, der nur von Uhrmachern geführt werden darf¹⁾. Hier war also schon der Ansatz zur Verwirklichung des oben ausgesprochenen Gedankens gemacht, für mich aber der Anlass gegeben, dem Gedanken weiter nachzugehen. Das Ergebnis ist folgendes:

Alle Bestrebungen zur Gesundung des Geschäfts, wie Münchener Verträge, Beschlüsse der Innungen, Vereinbarungen der Vereine, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, sind gegenüber dem heutigen stark ausgeprägten Wettbewerb viel zu plump, um nicht tausend Möglichkeiten zur Umgehung offen zu lassen. Das wirksamste Erziehungsmittel zu einem Wettbewerb, der sich in gesunden Grenzen hält, kann nur das sein, das auf der einen Seite wirtschaftlichen Vorteil verspricht, auf der anderen Seite aber dem, der sich durch ungebührliche Mittel Vorteile auf Kosten der Anständigen verschaffen will, wirtschaftliche Nachteile bringt. Das Mittel wird also das wirksamste sein, das den Geldbeutel angreift!

Wie verschaffen wir uns dieses Mittel?

Wir können uns nur selbst helfen. Ich denke mir die Sache so:

1. Der Zentralverband lässt sich ein Warenzeichen schützen. (Unser Verbandswappen wäre wegen seiner Einfachheit und Eigenart sehr gut geeignet.)

2. Die Fabrikanten, die dem Grossistenverbände angehören, erhalten die widerrufliche Erlaubnis, besonders ausgesuchte Muster mit diesem Warenzeichen zu versehen; ohne das Warenzeichen dürfen diese Muster nicht hergestellt werden. Es kommen aber nur Qualitätswaren in Frage; denn das Warenzeichen soll dem Publikum Gewähr für gute, tadellose Ware geben.

3. Diese Waren müssen mit einer fortlaufenden Nummer versehen sein, um den Verbleib jedes einzelnen Stückes verfolgen zu können.

4. Die Fabrikanten haben die Verpflichtung zu übernehmen, diese, sagen wir der Kürze wegen „Uhrmacherware“ nur an Grossisten zu liefern, die dem Verbands der Deutschen Uhren-grossisten angeschlossen sind.

5. Von den Grossisten darf die „Uhrmacherware“ nur an solche Geschäfte verkauft werden, die einen eigenhändig unterschriebenen Verpflichtungsschein bei der Geschäftsstelle des Zentralverbandes hinterlegt haben.

6. Die Hinterlegung dieses Scheines wird amtlich im Verbandsorgan bekanntgegeben und gleichzeitig ein gedrucktes Verzeichnis herausgegeben, das jedem Mitgliede des Grossistenverbandes zur Verfügung gestellt wird.

7. In den Tageszeitungen wird für die Ware mit dem geschützten Warenzeichen eine dauernde, wirksame Reklame gemacht. (Ueber die Aufbringung der Kosten weiter unten.)

Nun zur näheren Ausführung:

1. Das Warenzeichen ist Eigentum des Verbandes. Er hat wohl das Recht, die Benutzung widerruflich zu gestatten, doch darf niemand, weder Uhrmacher, Grossist oder Fabrikant, das Warenzeichen ohne Erlaubnis benutzen.

2. Dadurch, dass die verbündeten Fabrikanten das Recht erhalten, bestimmte Erzeugnisse mit diesem Warenzeichen zu versehen, sichern sie sich ein bestimmtes, festes Absatzgebiet.

3., 4. und 5. Stellt sich heraus, dass auch nur ein Stück dieser Ware in unrechte Hände kommt, so kann der Schuldige

festgestellt werden und verfällt er dann der festgesetzten Vertragsstrafe, oder ihm wird entweder der Verkauf (Uhrmacher oder Grossist) gesperrt, oder dem Fabrikanten wird das Recht zur weiteren Fabrikation der geschützten Muster entzogen. In allen Fällen eine ganz empfindliche Strafe, die vor Uebertretung behütet.

6. Durch diese Massnahmen erhalten wir endlich sehr bald ein einwandfreies Adressbuch. Wir kommen weiter zu einer festgefügtten Organisation der deutschen Uhrmacher, Grossisten und Fabrikanten, die sich dem Kartell nähert, wenn an die Benutzung des Warenzeichens auch die Bedingung geknüpft wird, dass der Uhrmacher der Organisation angehören muss.

Der angedeutete Weg könnte aber noch mehr bedeutende Vorteile bringen.

Grundsätzlich wird an den Hauptbestimmungen der Münchener Verträge festzuhalten sein; einzelne notwendige Aenderungen ergeben sich von selbst.

Für alle „Uhrmacherware“ wird ein Mindestverkaufspreis für den Grossisten und für den Uhrmacher festgelegt; Uebertretungen werden mit Vertragsstrafen belegt. Dadurch würde wenigstens die sinnlose Schleuderei mit einem ganz erheblichen Teile der Verkaufsware, und gerade mit der besseren, beseitigt werden. Weiter wäre an die Erlaubnis, das geschützte Warenzeichen zu führen, die Bedingung zu knüpfen, dass das Geschäft in solider Weise geführt wird. Wir gewännen damit endlich ein Mittel, um die Auswüchse des Geschäftslebens, gegen die auch heute nicht schnell und erfolgreich vorgegangen werden kann, zu beschneiden. Ich denke dabei an die Gewährung von Sonderrabatt, Gratiszugaben, Schleuderei in Waren und mit Reparaturen usw. Sobald erst einmal die Marke bei dem Publikum bekannt ist, wird jedes solide Geschäft ohne „Uhrmacherware“ gar nicht auskommen können.

Fabrikant, Grossist und Uhrmacher bilden ein natürliches Ganzes, jeder ist auf den anderen angewiesen. Jeder behält aber genügend Bewegungsfreiheit, die heute notwendig ist. Für den Uhrmacher bedeutet es dann lange nicht den grossen Schaden wie heute, wenn ein Warenhaus Uhren mit einer bekannten Marke führt. Er selbst ist in der Lage, „Warenhausware“ auszustellen und auf seine „Uhrmacherware“ besonders hinzuweisen, die es dann nicht im Waren- oder Leihhaus, im Versand- oder Abzahlungsgeschäft oder gar beim Hausierer gibt. Die „Markenfrage“, auf die besonders von München, Hildesheim und Hamburg schon oft warnend hingewiesen wurde, findet ihre Lösung. Die Sonderbestrebungen mit eigenen Marken, wie wir sie heute schon haben, verlieren ihre Berechtigung und werden bedeutungslos, wenn der klargelegte Gedanke kraftvoll durchgeführt wird.

Dann aber können wir das Publikum planvoll aufklären. Darüber, dass diese Aufklärung wirksam ist, kann heute nicht mehr gestritten werden, wo die Erfahrungen der Vereine und Innungen vorliegen. Wir können dann wieder den Fachmann zu Ehren bringen, der heute leider zu einem grossen Teile nur die Lasten seiner Ausbildung trägt und dem die natürlichen Vorteile dieser Ausbildung durch Händler mit Händlermoral gestohlen werden. Dass diese Aufklärung aber nur mit grossen Geldmitteln durchgeführt werden kann, ist klar.

Für die Benutzung des Warenzeichens und für die Vorteile, die jeder daraus zieht, wird je nach dem Preis der Ware eine Abgabe erhoben. Nehmen wir an, dass für jede Uhr, die bis 10 Mk. Einkauf kostet, eine Abgabe von 5 Pf., für 11—30 Mk. 10 Pf., 31—50 Mk. 20 Pf., und für Uhren, die mehr als 50 Mk. kosten, 50 Pf. erhoben werden, so kommen schon ganz schöne Summen zusammen. Vom Fabrikanten wird diese, sagen wir Lizenzgebühr, in den Verkaufspreis einkalkuliert. Der Verkaufspreis würde sich also für den Grossisten und Uhrmacher um die Lizenzgebühr erhöhen. Es trägt dann der, der den grösseren Umsatz und darum auch den grösseren Vorteil der Einrichtung hat, einen grösseren Teil der Kosten. Eine gerechtere Aufbringung der nötigen Mittel wird sich kaum finden lassen. Die Beträge werden von den Fabrikanten an die Organisation abgeführt, wodurch die Abrechnung sehr vereinfacht wird.

Die Reklame muss selbstverständlich von der Zentralgeschäftsstelle ausgehen, um möglichst billig zu arbeiten. Es würde sich vielleicht empfehlen, bei einem grossen Anzeigenbureau auf eine

1) Dieses Anschreiben veröffentlichen wir im Sprechsaal dieser Nummer.
Die Red.