

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei Bestellung bei der Geschäftsstelle monatlich 1,50 Goldmark, unter Streifband 1,85 Goldmark; bei direkter Bestellung bei der Post monatlich 15,— Goldmark. Für das Ausland (unter Streifband) Jahresbezugspreis 25,— Goldmark in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 35 Schweizer Franken usw.)

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend.

## Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 Goldmark, für Stellen-Angebote u. -Gesuche 0,15 Goldmark. Die ganze Seite wird mit 225,— Goldmark berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis  $\times$  Multiplikator 1,5 Goldmark).

Postscheck-Konto 2581 Berlin  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: Merkur 4660, 4661, 7638, 739, 2504

## Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

XLVIII. Jahrgang

Berlin, 19. Juli 1924

Nummer 29

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

### Konkurrenz und Kollegialität im Uhrmachergewerbe

Von K. Helmer

(Schluß zu Seite 422)

#### Kollegialität

Wieviel angenehmer und freundlicher als die Worte Konkurrent und Konkurrenz klingen doch ihre beiden Gegensätze: Kollege und Kollegialität! Die ersteren scheinen zersetzen und auflösen zu wollen, die letzteren zu fördern und zu verbinden. Scheint der Konkurrent lediglich ein Gegner zu sein, so stellt sich der Kollege als eine Art Herzensbruder dar. Diese Betrachtungsweise ist jedoch nur mit gewissen Einschränkungen richtig. Konkurrenz und Kollegialität sind die beiden großen Prinzipien, in deren Bahnen das gesamte fachliche Geschehen sich abspielt. Beide sind, richtig verstanden, sowohl für den einzelnen Uhrmacher wie für die Gesamtheit des Faches nützlich und förderlich. Das sind sie jedoch nur, wenn die beiden eigentümlichen Grenzen nicht willkürlich gegeneinander verschoben werden. Beide Institutionen sind naturgewachsen und vertragen daher keine naturwidrige Vermengung, wenn sie nicht zum Schaden des Faches wirksam werden sollen.

Was verstehen wir nun unter Kollegialität? Kollegialität setzt, zunächst negativ ausgedrückt, dort die Arbeit für das Fach fort, wo die Konkurrenz aufhört. Sorgt diese für das liebe Ich der einzelnen Gewerbetreibenden, so schlingt die Kollegialität ein gemeinsames Band um alle Fachgenossen und pflegt die gemeinsamen Interessen im vollen Umfange. Kollegialität ist also Pflege der gemeinsamen Interessen, keine Gefühlsduselei mehr oder weniger platonischer Natur gegenüber den Fachgenossen, kein nebelhaft verschwommenes, ungreifbares, „poetisches“ Gebilde, das sich im prosaischen Lichte des Tages in ein Nichts verflüchtigt. Zur Unterscheidung der beiden Begriffe Konkurrenz und Kollegialität muß daran festgehalten werden, daß bei dem ersteren das „Ich“, innerhalb der oben gekennzeichneten Grenzen, gebieterisch entscheidet, bei dem letzteren das Thema lautet: „Wir“. Diese klare Unterscheidung ist um so wichtiger, als im praktischen Leben häufig, wenn auch oft in bester Absicht, der Versuch gemacht wird, unter der Flagge der Kollegialität in die Jagdgründe der Konkurrenz

einzudringen und dort unberechtigte Forderungen zu erheben. Beide Prinzipien stehen sich jedoch nicht als Feinde gegenüber, sondern stehen als Freunde nebeneinander. Im Leben können sich freilich oft Komplikationen ergeben, in denen die Grenzen schwer zwischen Konkurrenz und Kollegialität festzustellen sind. Am besten wird man in solchen Fällen daran tun, von dem Prinzip der Konkurrenz auszugehen, da deren Grenzen von vornherein schärfer umrissen und daher leichter erkennbar sind. Eine offene und gründliche Aussprache über die Prinzipien im allgemeinen und insbesondere an Hand praktischer Fälle im besonderen in den Uhrmacherversammlungen wird hierüber manche Klarheit schaffen, die dem Fache nur von Nutzen sein kann.

Am deutlichsten und machtvollsten tritt die Kollegialität in den fachlichen Organisationen in Erscheinung. Diese sind in Verbindung mit den Fachzeitschriften das sicherste Fach- und Standesgewissen, das dem ganzen Fache Zusammenhalt gibt, damit es nicht atomisiert wird, unberechtigte Eingriffe in seine Interessen abwehrt, für immer neue, zeitgemäße Orientierung sorgt, Ziele steckt, nach denen im allgemeinen Interesse gestrebt werden muß, und — über die „reine Weste“ des Faches unermüdlich, aber auch unerbittlich wacht. Gerade in den Zeiten wie den jetzigen, in denen ein in solcher Schärfe seit vielen Jahren nicht gekannter Konkurrenzkampf ausgebrochen ist, können die Organisationen und die Kollegialität nicht entbehrt werden. Sie sind das unbedingt notwendige Gegengewicht und Regulativ der Konkurrenz. Es ist eine alte Erfahrungstatsache, daß die sich selbst überlassene Konkurrenz leicht ihre Grenzen erweitert und dann zu der Selbstzerfleischung und dem „Raubsystem“ im volkswirtschaftlichen Sinne führt, das die Gegner des freien Wettbewerbs als dessen charakteristisches Merkmal ansehen. Ohne die Arbeit der Organisationen und der Fachpresse — die letztere kann hier um so weniger ausgeschaltet und entbehrt werden, als sie viel häufiger als die Organisationen zu einer Anzahl von Fachgenossen spricht und die Verbindung zwischen diesen herstellt — würden