

Ungunsten der Uhr beeinflusste Interesse der Käuferschaft wieder der Uhr zuzuwenden versteht und zwar insbesondere den Uhren besserer Qualität. Das ist trotz des Angebotes auch von Uhren in niedrigster Preislage sehr wohl möglich, und ich komme darauf später zurück.

Man muß zunächst einen scharfen Unterschied machen zwischen Uhren, die wir Uhrmacher auch früher schon zu führen gezwungen waren, weil sie vom Publikum für ganz bestimmte Zwecke gebraucht wurden, und weil für die gedachten Zwecke die geringe Qualität dieser Uhren auch vollends genügt, und zwischen Uhren, die unter einem äußeren Schein guter Qualität schlechte Qualität verbergen, sowie solche Uhren, die schon immer bei sich bietenden Gelegenheiten von Nichtfachgeschäften geramscht und billig auf den Markt geworfen wurden. Wenn wir die erste Art von Uhren nicht führen, z. B. Wecker und Taschenuhren zu niedrigsten Preisen, oder nicht zu gleichen Preisen wie die Außenseiter führen, werden wir zweifellos diesen ein vorzügliches Kampfmittel in die Hand geben. Dieser Umstand ist gefährlicher als die mit einem gewissen Recht angeführte Tatsache, daß das Reparaturgeschäft durch den Verkauf von brauchbaren Uhren zu Preislagen, die unter den üblichen Reparaturpreisen liegen, geschädigt werden muß. Dagegen läßt sich leider nicht viel machen. Aber etwas ganz anderes ist es mit Uhren der anderen Art, der Ramschware. Mit diesen Uhren einen Kampf führen zu wollen, hat keine Aussicht auf Erfolg, weil wir gar nicht in der Lage sind, so große Mengen von Uhren, die das Publikum bei uns zu kaufen nicht gewöhnt ist, auf einmal unterzubringen, und weil wir den guten Ruf des Fachgeschäftes durch die ganz ungleichmäßige Qualität dieser Gelegenheitsware nicht zerstören wollen. Wir werden also die Führung von Uhren in den niedrigsten Anfangspreislagen nicht aufgeben, soweit in diesen Preislagen eine brauchbare Uhr, wenn auch minderer Qualität, geliefert werden kann, und solange wir diese Uhren regulär und in gleichmäßiger Qualität beziehen können. Es sei hierbei bemerkt, daß ich die Bezeichnung „Anfangspreise“ in dem bisher damit verbundenen Sinne nicht für richtig halte. Jede Qualitätsstufe hat ihre Anfangspreislage! Diese bietet dem Käufer die Möglichkeit, sich eine Vorstellung davon zu machen, welche Qualitätsstufe er für eine bestimmte Geldsumme zu kaufen in der Lage ist. Die Preise aller der Uhren, die zu dem ganz bestimmten Zwecke, eine gefährliche Konkurrenz zu bekämpfen, mit ganz beschränkter Verdienstspanne herausgebracht werden, möge man besser als „Werbepreise“ bezeichnen. Glücklicherweise haben wir den Nichtfachgeschäften gegenüber andere Möglichkeiten der Kundenwerbung, die diese niemals haben werden, und die wir nur richtig anwenden müssen. Wenn erst einmal die Lücken im Frankfurter Vertrag geschlossen sein werden, wenn späterhin vertragstreue Großuhrenfabriken aus wirtschaftlicher Not und Mangel an Export nicht mehr gezwungen sein werden, ab und zu Teile ihrer Produktion in Nichtfachgeschäfte zu stopfen, werden wir gewonnenes Spiel haben, und wir werden uns ungestört unserer Hauptaufgabe zuwenden können, nämlich, die Verkaufsvermittler zwischen Erzeuger und Verbraucher für Uhren guter Qualität zu sein, wie es sich gehört.

Ich wiederhole, daß dem Uhrenfachhandel nicht empfohlen werden darf, den Verkauf von Uhren in niedrigster Preislage, aber in noch brauchbarer Qualität, zu vernachlässigen und füge hinzu, daß es selbstverständlich nach wie vor dem Ermessen jedes Uhrenfachhändlers überlassen bleiben muß, zu beurteilen, ob es in den Rahmen seines Geschäftes paßt, wenn er diese Art von Uhren auffällig herausstellt oder nicht. Ganz frei von den minderen Qualitäten wird sich auch das auf die besten Qualitäten spezialisierte Geschäft nicht machen können, und wäre es nur deshalb, um Anschauungsmaterial für die Vorführung der einzelnen Qualitätsstufen zu haben. Ich sagte ferner, daß wir unter

gewissen Umständen sehr wohl die Möglichkeit hätten, gegen das Nichtfachgeschäft den Konkurrenzkampf siegreich zu bestehen und das kaufende Publikum so zu beeinflussen, daß es seinen Bedarf an Uhren nur im Fachgeschäft deckt und gar nicht auf den Gedanken kommt, daß man gute Uhren auch woanders kaufen könne. Aber so ganz einfach ist das nicht und zwar deshalb nicht, weil ganz allgemein die tragbare und besonders die hochwertige Uhr heutzutage nicht mehr die wichtige Rolle im Leben des Menschen spielt, die sie früher einmal gespielt hat. Das liegt an den veränderten Anschauungen und Gebräuchen, an der größeren Aufwendung für Sport, Radio, Reisen usw., und nicht zuletzt auch an der übergroßen Zahl von öffentlichen Uhren und an der mehrmaligen täglichen Bekanntgabe der genauen Zeit durch den Rundfunk. Und nicht vergessen darf man den Einfluß der Mode auf die Nachfrage nach guten und teuren Uhren. Die Mode mit ihrem ständigen Wechsel hat mehr als alles andere im Uhrenhandel schädlich gewirkt; denn nur wenige Uhrenkäufer sind heute noch geneigt, das gute Stück fürs Leben zu erwerben und viel Geld für eine Uhr mit Höchstleistung in bezug auf Ganggenauigkeit und Lebensdauer anzuwenden, weil sie befürchten müssen, sehr bald ein äußerlich unmodernes Stück mit sich herumzutragen. Das wird sich erst ändern, wenn das Tempo sich ändert, in dem die größte Menge der Menschen mit ihren Wünschen und Ansichten heute über dem Boden umherflattert, und wenn solide Grundsätze und vernünftige Anschauungen den Fuß der Menschheit wieder festen Boden finden lassen.

Die Mode hat auch durch die geradezu wahnwitzige Art der Verkleinerung der Werke unseren Handel ganz ungemein schwierig gestaltet, weil es leider nur sehr selten möglich ist, den Besitzer einer solchen Miniatur-Uhr darüber aufzuklären, daß diese winzigen Maschinchen nicht das gleiche wie eine große Taschenuhr leisten können, und daß diese Uhren für dauernden Betrieb einer doch immerhin nicht ganz billigen Wartung bedürfen. Diese unliebsame Erfahrung müssen wir fast täglich machen, und man muß sie sich vor Augen halten, wenn man nach Mitteln sucht, die dem Uhrenfachgeschäft ein Übergewicht über das Nichtfachgeschäft zu geben geeignet sein sollen. Diese werden insbesondere darin bestehen, daß mehr noch als bisher daran gearbeitet wird, durch Aufklärung über die Eigenart der Uhren Verständnis und Interesse zu wecken, durch unermüdlichsten Kundendienst Freude am Besitz einer Uhr und Vertrauen zum Verkäufer zu erhalten und durch sachgemäße Vorführung der verschiedenen Qualitätsstufen die Neigung für die besseren Qualitäten zu erwecken. Und das scheint mir vorerst das Allerwichtigste zu sein.

Daß das Allheilmittel der Gesundung für den Uhrenhandel nicht auf dem Felde gesucht werden kann, wo das billigste Zeug wächst, war manchem Fachgenossen trotz des anerkennenswerten Eifers, mit dem dieser Plan propagiert wurde, von vornherein klar, und es ist von mir in einem früheren Aufsatz betont worden, daß zwar die Mehrzahl der Uhrenfachgeschäfte unbedingt die niedrigsten Preislagen aufnehmen müßte, daß aber auf keinen Fall unterlassen werden dürfe, scharfe Grenzen zwischen diesen Uhren und denen der höheren Qualitätsstufen zu ziehen, und daß die Propagierung von Uhren in allen Qualitätsstufen gleichzeitig zu geschehen hätte. Das ist leider unterblieben, und es scheint, daß man jetzt, nachdem man immer noch keine Besserung im Befinden des kranken Uhrenhandels verspürt hat, in das Gegenteil verfällt und es einmal mit der Propagierung der guten Qualitäten ausschließlich der minderen versuchen will. Auch das ist, glaube ich, falsch und vor allem deshalb falsch, weil man sich wiederum keinen klaren Begriff von dem gebildet hat, was man eigentlich schaffen will.

Es heißt: „Das Publikum muß wieder zur Qualität erzogen werden.“ Das Publikum soll