

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,25 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen auf Anfrage gern mitgeteilt

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 9

Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{4}$ Seite 200,- RM. $\frac{1}{100}$ Seite - 10 mm hoch und 40 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 1,50 RM (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis \times Multiplikator $\frac{1}{4}$)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhoff 5246

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 44, Jahrgang 60 / Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW68 / 31. Oktober 1936

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Uhr und Marktordnung

Uhr und Ordnung gehören zusammen. Fragt man sich jedoch, ob auf dem langen und oft mühevollen Wege, den die Uhr von der Erzeugungsstätte bis zum letzten Kunden zurücklegt, alles in mustergültiger Ordnung zugeht, so wird man bald eines anderen belehrt. Es hat allerdings niemals an Versuchen gefehlt, diesen Weg zu erleichtern und die Summe von Einzelbeziehungen, die sich im Laufe der Zeit auf einem solchen langen Wege notgedrungen ergeben, in eine gewisse Ordnung zu bringen, und so hat sich bei allen Unzulänglichkeiten im Uhrenhandel ein Gesamtbild entwickelt, das eine gewisse Regel und Ordnung erkennen läßt, also unsere Marktordnung darstellt.

Das Ideal einer solchen Marktordnung wäre nun ein Zustand, der Erzeugung und Absatz reibungslos regelte. Er gäbe einer flott arbeitenden Industrie bei erheblichen Überschüssen und anständigen Arbeitslöhnen Absatz; er gewährte dem Großhandel einen sicheren, zahlungsfähigen Abnehmerkreis mit einer der Leistungsfähigkeit der Großhandlungen entsprechenden Abnahmefähigkeit, ihm selbst beschleunigten Lagerumschlag und die Möglichkeit zu stetiger Wiederauffüllung seines Großhandelslagers; er sicherte dem Uhrmacher jederzeit gute Ware zu erschwinglichem Preise und von leichter, nutzbringender Verkäuflichkeit. Er gäbe allen drei Gruppen gute Gewinne und hätte für sie weise aufeinander abgestimmte Verkehrs-, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen bereit. Und um die Kette zu schließen, stände hinter der dritten Fachgruppe die große Masse der Verbraucher, die frohgemut die Uhrenfachgeschäfte betreten, um für ihr Geld einige wertvolle Uhren zu erstehen und dann mit der festen Überzeugung aus dem Laden zu scheiden, auch künftig durch Abzweigung angemessener Teile ihres Einkommens für Uhrenkäufe die Angehörigen des Uhrengewerbes in frohe und gute Steuerzahler zu verwandeln.

Leider ist die Wirklichkeit nicht so traumhaft schön. Die Industrie hat unermüdlich zu kämpfen; der Großhandel erholt sich erst wieder von alten Rückschlägen, und die Uhrenfachgeschäfte befinden sich mitten im Drängen um die Neugestaltung und Erhaltung ihrer Existenz. Vor allem zeigt auch der, um den sich alles dreht, nämlich seine Majestät der Kunde, immer wieder die bedenkliche Neigung, den Fach-

mann zu umgehen, krampfige Dreimarkuhren zum Frack zu tragen oder gar an Stelle von Uhren seine Lieben mit Kuchenpaketen, Blumen oder Sportartikeln zu beglücken.

Jede neue, auf dem Papier sich herrlich ausnehmende Marktordnung wäre also für die Katz', wenn sie die Lage des Verbrauchers außer acht ließe. Zu den allgemeinen Schwierigkeiten hinsichtlich einer idealen Marktordnung in der Uhrenwirtschaft tritt auch hinzu, daß Außenseiter in allen drei Stufen der Uhrenwirtschaft vorhanden sind. Der Handelsverkehr auf dem Uhrenmarkte ist daher nur zum Teil in vertragliche Formen gegossen. Zum großen Teile beruht er auf Üblichkeiten, Lieferungs- und Kalkulationsrichtlinien und dergleichen; er ist größtenteils noch ungebunden, und selbst bestehende Bindungen und Richtlinien gestatten unter Umständen erhebliche Abweichungen von der Norm, zumal wenn der Außenseiter die Konkurrenzpeitsche schwingt. Das Uhrenfachgeschäft hat sich trotz aller Schläge und Schwierigkeiten mit bemerkenswerter Zähigkeit erhalten und ringt um seine Zukunft. Die Haltung der Organisationen der Uhrenwirtschaft, die sich in gemeinsamer Arbeit um Gemeinschaftsschritte aller Uhrenfachgeschäfte bemühen, schilderten wir vor kurzem an dieser Stelle. Alle diese Bemühungen der Uhrenfachgeschäfte müssen jedoch auf die Dauer erfolglos bleiben, wenn es ihnen nicht gelingt, auf die Gestaltung der Marktordnung die Einflüsse dauernd auszuüben, die zur Schaffung des Gleichgewichtes in der Uhrenwirtschaft notwendig sind.

Wollte man auf diesem Gebiete Greifbares erreichen, so bedurfte man eines geeigneten Instrumentes in Form eines Marktverbandes. Bei der Schaffung dieses Verbandes war zu berücksichtigen, daß zwar reine Handelsfragen zu lösen waren, daß aber auch starke Bindungen der Uhr an das Uhrmacherhandwerk bestehen. Die Bildung eines Marktverbandes der rein uhrmacher-handwerksmäßig orientierten Uhrenfachgeschäfte hätte zu einer Scheidung von den übrigen Uhrenfachgeschäften geführt, die in ihrer Wirkung unabsehbar geworden wäre. Die Bildung des Reichsverbandes Deutscher Uhrmacher und Uhreneinzelhändler ist ein Ergebnis dieser Erwägungen. Er hieß und war ursprünglich ein reiner „Reichsverband deutscher Uhr-