

Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,45 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 SW 68, Neuenburger Str. 8



Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,- RM. 1/8 Seite - 10 mm hoch und 46 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM. für Stellen-Angebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis x Multiplikator 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. 2, Jahrgang 61

Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68

9. Januar 1937

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Rückschau 1936 — Marschrichtung 1937

Wieder einmal dürfen wir abwägend Rückblick und Ausblick halten, ebenso wie der einzelne Uhrmacher in diesen Tagen sich über sein Hauptbuch beugt, die letzten Einträge — hoffentlich erfreuliche Zahlen — vornimmt, vergleicht, gegen seine Voranschläge abwägt und an die Zukunft denkt. Das Jahr 1936 begann mit der Aussicht auf günstige Wirkungen einer sich steigernden Belebung der Wirtschaft; es hat insgesamt diese Aussicht niemals enttäuscht. Es bedeutet keine Verkennung der Wichtigkeit der übrigen Teile der Wirtschaft, wenn sich diese Betrachtung auf das Nächstliegende beschränkt, nämlich den Anteil unseres Gewerbes.

Für den deutschen Uhrmacher begann das Jahr 1936 mit der Forderung: „Die Uhr dem Fachgeschäft!“ Es ist ein Gebot der Ehrlichkeit, heute zu sagen: „Es endete auch mit dem Ruf: Die Uhr dem Fachgeschäft!“ Dazwischen liegt nun mancherlei. Unstreitig ist, daß gerade der deutsche Uhrmacher in hervorragender Weise seine Pflicht im Kampfe um Deutschlands wirtschaftliche Befreiung erfüllt hat. Die deutschen Uhrenfachgeschäfte haben ihr Vertrauen durch eine erhebliche Erweiterung ihrer Lagerbestände bewiesen, sich dadurch als willige Abnehmer für Hersteller und Großhandel gezeigt und dadurch diesen vorgelagerten Wirtschaftsstufen erhöhte Erfolge ermöglicht. Sie haben damit die Vorbedingungen schaffen helfen, daß die Zwischenglieder dieses Kreislaufes, nämlich die schaffenden Menschen aller Stände, kaufen konnten und kauften. In diesem Zusammenhange ist zu sagen, daß in der Reparaturwerkstatt des Uhrmachers, welche ja die beste Grundlage des Uhrenfachgeschäfts ist, gleichfalls zu tun war.

Wohl kaum ein Beruf hat mit solcher Eindringlichkeit um Weiterbildung und Förderung gekämpft wie der des Uhrmachers. Und trotzdem stellte sich im Laufe des vergangenen Jahres die wachsende Erkenntnis heraus, daß dem Uhrmacher, dem Fachgeschäft, nicht völlig der Lohn seiner Mühe wurde, denn in dem Maße, in welchem die Wirtschaft wuchs, erwachsen dem Fachgeschäft äußerst gewandte Wettbewerber, nämlich Außenseiter in mannigfaltigster Form. In Anzeigen, Werbriefen, Mustersendungen, Werbeschriften usw. schlängelt

sich der Außenseiter an das Publikum heran. Das Einzelhandelsschutzgesetz galt für sie nicht. Allenthalben sproßten Versandgeschäfte aus dem Boden, trieben Werbung, die nicht zart war, und schöpften die Sahne ab, wo dies nur ging. „Oberreisende mit Kolonnen“ stürzten sich mit Uhren („Uhren“?) aller Art auf Städte und Dörfer, pochten sie nach alten Hausierermethoden ab und überschwemten sie mit uhrenähnlichen Gebilden, und wenn es schon wirkliche Uhren waren, dann zum vielleicht dreifachen Preise des anständigen Fachgeschäfts. In manchen Gegenden sind dadurch Uhren für den Fachhandel auf geraume Zeit überhaupt unverkäuflich geworden. Warenhäuser und Einheitspreisgeschäfte bedeuten überall, wo sie sich noch befinden, immer wieder eine Bedrohung des Fachhandels. Insgesamt ist es ein schlechter Trost, wenn viele Uhrmacher bestenfalls die Reparaturen an solchen Machwerken auszuführen haben.

Erfreulicherweise ist im Fache daher die Erkenntnis stark geworden, daß auf die Dauer nur die bessere Leistung Sieger bleiben kann. Ist sie handelsmäßiger Natur, dann muß durch verständnisvolles Zusammenarbeiten des Uhrmachers mit seinen Lieferanten diese bessere Leistungsfähigkeit (nicht nur die gleiche Leistungsfähigkeit!) erzielt werden. Ist sie handwerklicher Natur, so wäre lediglich zu besorgen, daß nicht auf krummen Wegen etwa hier wieder die Konkurrenz des Außenseiters beginnen darf. Wenn man diesen Weg zielbewußt weiter geht, dann dürfte es allmählich auch ein Ende nehmen mit jenen Schädlingen, die fröhlich und unverzagt „Furnituren an jedermann“ versenden. Die Pflege der zu unserem Berufe erforderlichen Fertigkeiten und Kenntnisse ist 1936 erheblich gefördert worden. Es gehört schon mancherlei dazu, sich heute wieder mit Recht „Meister“ unserer alten Kunst nennen zu dürfen. Und auch der Nachwuchs unseres Faches muß unermüdlich arbeiten, um später einmal seinen Mann zu stehen.

Bezüglich der Handelsmarken ist erfreulicherweise eine gewisse Befriedung der Geister und der Wille zu friedvoller Arbeit festzustellen. Es besteht daher die begründete Hoffnung, daß aus der Markenbewegung der Uhr-