

# 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 gern mitgeteilt. Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

Preise der Anzeigen: Grundpreis  $\frac{1}{2}$  Seite 200 RM,  $\frac{1}{100}$  Seite - 10 mm hoch und 46 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. Auf diese Preise Mol- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postcheck-Konto Berlin Nr. 2581. Telegramm-Anschrift: Uhrzeit Berlin. Sprechnummer: Sammel-Nummer 17 52 46

## Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Ämtliches Organ der Fachgruppe Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 19, Jahrgang 62

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

7. Mai 1938

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten - Nachdruck verboten

### Friede ernährt — Unfriede verzehrt!

Vereinbarungen zwischen Uhren- und Elektrogewerbe

In der vorigen Ausgabe unserer Zeitung haben wir unter dem Mahnruf „Großalarm!“ auf die Gefahr hingewiesen, die dem Uhrengewerbe dadurch droht, daß eine Großhandelsfirma in Hamburg in sehr geschickter Weise für den Verkauf elektrischer Uhren durch das Elektrohandwerk arbeitet. Die Bemühungen, das Elektrohandwerk für den Verkauf elektrischer Uhren einzuspannen, sind keineswegs neuen Datums; nur waren sie bisher nicht sehr erfolgreich. Das hatte mancherlei Ursachen. Eine der wichtigsten besteht darin, daß der Elektrohandwerker, wenigstens der hier überwiegend in Betracht kommende Elektro-Installateur, von Natur aus kein Feinmechaniker in unserem Sinne ist. Er arbeitet mit Installationsmaterial, das entweder brauchbar ist und dann verwendet wird, oder das unbrauchbar ist und dann ersetzt werden muß. Ein „Reparieren“, wie es bei Uhren üblich und notwendig ist, kennt er nicht oder doch nur bei größeren Maschinen und Apparaten. Der Installateur repariert sie dann aber in den meisten Fällen nicht selbst, vor allen Dingen nicht an größeren Plätzen, sondern leitet sie Spezialwerkstätten zu. Die Konkurrenzgefahr durch den Elektrohandwerker auf dem Uhrengewerbe war also nicht groß, solange es sich um selbständig betriebene Uhren oder Uhrenanlagen handelte. Dies hat sich grundlegend geändert nach Einführung der Synchronuhren. In der Tat sieht man auch erst seit jener Zeit häufiger elektrische Uhren beim Elektrohandwerker (und seit einiger Zeit die billigsten und unzulänglichen Batterieuhren in Haushaltwarengeschäften!).

Wenn das Elektrohandwerk sich überhaupt für den Verkauf elektrischer Uhren interessiert, so ist das kaum auf seine eigene Initiative zurückzuführen, sondern es liegt daran, daß es durch Lieferfirmen dazu angereizt worden ist, insbesondere auch durch Fabrikationsfirmen, die von der elektrotechnischen Seite her an die Uhrenfabrikation herangekommen sind, und bei denen also von vornherein Verbindungen zum Elektrohandwerk, aber weniger zum Uhrengewerbe gegeben waren. Nachdem das Uhrengewerbe zunächst nicht in dem von den Erzeugerfirmen gewünschten Umfang für den Verkauf elektrischer Uhren zu interessieren war, sah

man sich nach anderen Absatzmöglichkeiten um. Es ist begreiflich, daß die zum Teil außerordentlich hohen Entwicklungskosten auf dem Gebiete elektrischer Uhren von den Firmen irgendwie nutzbar gemacht werden sollten, wenn gleich in manchen Fällen noch längst nicht daran zu denken ist, die Abschreibungen, die viele Jahre hindurch auf diesem Gebiete gemacht werden mußten, auch einmal wieder hereinbringen zu können. Weiter trieb zum Suchen neuer Absatzwege die Erkenntnis, daß nur bei genügender Mengenfertigung die elektrischen Uhren zu einem Preise auf den Markt gebracht werden konnten, der ihnen überhaupt erst ein größeres Absatzgebiet in Konkurrenz zu den rein mechanischen Uhren erschließen konnte. Das Streben der Erzeugerfirmen nach dem Auffinden neuer Absatzwege ist also durchaus verständlich.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung hat sich deshalb seit Jahrzehnten und in den letzten Jahren angesichts der Entwicklung der elektrischen Uhren in zunehmendem Maße darum bemüht, auch den Uhrmacher für den Verkauf elektrischer Uhren zu interessieren und ihn dafür sowohl technisch wie kaufmännisch vorzubereiten. Von einer Anzahl von Mitarbeitern ist sie hierbei in selbstloser Weise unterstützt worden. Wir nennen hierbei als Beispiel nur Obering, F. Thiesen, der wohl mit zu unseren ersten Mitarbeitern auf diesem Gebiete gehört hat, und dessen Name durch seine neue Buchreihe auch jetzt wieder mit im Vordergrund steht. Es besteht gar kein Zweifel daran, daß die beste Abwehr jeder Außenseiterkonkurrenz in einer möglichst umfassenden und geschickten eigenen Arbeit auf dem betreffenden Gebiete besteht. Deshalb haben wir angesichts der hier jetzt drohenden Gefahr in der vorigen Nummer unserer Zeitung unsere Lesergilde auch zur Selbsthilfe auf diesem Gebiete aufgerufen. Wir möchten dies hier nochmal eindringlich wiederholen.

Es kann nun aber Zeiten geben, in denen eine solche Selbsthilfe nicht ausreicht. Der Fall scheint uns hier bei diesem ganz ungewöhnlich geschickten Angriff auf die Geschäftsmöglichkeiten des Uhrmachers gegeben zu sein. Es