

biete Ihnen, sehr geehrter Herr Doktor, meine Bundesgenossenschaft zur Erreichung dieses Zieles freudig an. Ich stelle nur die Gegenforderung, daß auch Sie mein Bundesgenosse werden in dem mir aufgezwungenen Kampfe, die Vorbedingungen zur Erreichung unseres gemeinsamen Zieles zu schaffen. Ich bin viel zu sehr Deutscher, um den Ausweg in Erwägung zu ziehen, den eine bestehende Einkaufsgenossenschaft in allerletzter Zeit in den Kreis ihrer Betrachtungen gezogen hat.

Vor allen Dingen ist die Frage zu prüfen, warum der Uhrmacher zu alt gewordene Uhren noch repariert, anstatt neue Uhren zu verkaufen. Die Antwort liegt auf der Hand. Solange der Wirtschaftsverband der Uhrenindustrie es nicht fertig bringt, seine Erzeugnisse zu genau gleichen Preisen dem Detailhandel zugänglich zu machen, solange die Waren an den einen Abnehmer zu diesem und an die andern zu jenem Preise verkauft werden, solange Versand- und Warenhäuser die Ware billiger als der Uhrmacher beziehen können, solange der Uhrmacher, um einige Stücke zu verkaufen, ein großes Lager unterhalten muß, während die Mengen von einigen, im Einkauf besonders Bevorzugten verkauft werden, solange wird der Ruf „Uhrmacher werde Nurkaufmann“ sich keine restlose Geltung verschaffen können. Helfen Sie mir, Herr Dr. Dienst, es dahin zu bringen, daß der Uhrmacher zu gleichen Preisen einkaufen kann wie der Außenseiter auch, dann wird er auch seine Ware zu gleichen Preisen dem Publikum anbieten können, er wird größere Mengen umsetzen und wird dann so viel kaufmännische Arbeit leisten müssen, daß er weder Zeit noch Lust hat, sich mit der Reparatur zu alt gewordener Uhren abzugeben.

Vom Standpunkt der Fabrikation könnte man einwenden, daß es für die Industrie gleichgültig sein kann, wer ihre Fabrikate verkauft, wenn sie nur bezahlt werden. Eine in dieser Frage zuständige Persönlichkeit hat früher einmal folgendes geschrieben: „Es wäre also unklug, wollte ein auch noch so groß angelegter Uhrenfabrikationskonzern bei der Warenverteilung auf die Tätigkeit des selbständigen, gelernten und fachkundigen Uhrmachers verzichten, abgesehen davon, daß durch diese Verkaufsart die Kapitalk- und Risikofrage eine gesunde und, wie mir scheint, natürliche Unterteilung erfährt. Diese Überlegungen führen meines Erachtens zwingend zu dem Entschluß, auch bei einem starken Zusammenschluß von Uhrenfabriken in der Art des Uhrenvertriebes es bei dem bisherigen Zustand zu belassen („Westd. Uhrm.- u. Goldschm.-Ztg.“ Nr. 19, Jahrg. 1927, S. 28, Verfasser Dr. Dienst, Donauessingen). Herr Dr. Dienst ist also nach diesen Ausführungen überzeugt davon, daß der Vertrieb der Uhren durch den Fachhandel der richtige Weg ist, und unterstützt damit die alte Forderung: „Der Uhrenhandel dem Uhrmacher.“

Die zweite Mahnung richtet Herr Dr. Dienst an den Uhrmacher, indem er sagt: „Kümmert euch um eure Schaufenster.“ Ich bin der letzte, der den Kollegen verleidigt, der sein Schaufenster vernachlässigt, aber trotzdem ist es in manchen Fällen erklärlich, daß ein Uhrmacher bei andauernd stillem Geschäftsgang die Freude an der Auffrischung seines Schaufensters verliert und sich lieber an seinem Werkisch abmüht, um einige Mark zu verdienen, wenn all sein Bemühen, ein lebhaftes Verkaufsgeschäft zu erzielen, daran scheitert, weil seine Konkurrenz auf Grund günstigerer Einkaufsbedingungen viel billiger verkaufen kann, so daß ihm letzten Endes die am Werkisch verdienten Gelder lieber sind (und er sie auch dringend für seine Lebenshaltung benötigt), als das, nach seiner Ansicht, nichts einbringende Schaufensterpußen.

Herr Dr. Dienst begründet weiter in seinem Artikel die Nichtheranziehung der Uhrmacher zu den Besprechungen

der Konventionsverträge mit dem geflügelten Wort: „Viele Köche verderben den Brei.“ Diese Begründung ist meines Erachtens nicht am richtigen Platz. Es besteht doch wohl kein Zweifel darüber, daß sich die Industrie ihren „Brei“ von uns Uhrmachern nicht mitkochen läßt. Wir wären Narren, wenn wir annehmen würden, durch Verhandlungen mit der Industrie ein einziges Zugeständnis zu erhalten, welches der Industrie nicht in ihren „Brei“ paßt. Wenn wir Wert darauf legen, die Uhrenvertriebsfragen gemeinsam mit der Fabrikation und dem Großhandel zu besprechen, so geschieht dies nur, um Gesichtspunkte zur Geltung zu bringen, durch die die Industrie ihr Ziel erreichen kann, ohne die Mehrzahl der Uhrmacher zu schädigen. Wenn Sie, Herr Doktor, weiter schreiben: „Ich glaube, die Zukunft wird uns genügend Probleme stellen, die Industrie, Großhandel und Kleinhandel zu gemeinsamen Beratungen zusammenführen werden“, so möchte ich Sie an Ihre Worte in Ihrem Artikel in der „Westd. Uhrm.- u. Goldschm.-Ztg.“ Nr. 30, Jahrg. 26, S. 20, erinnern. Sie sprechen dort von der Liebe zwischen dem Fabrikanten und Uhrmacher, Ihre, an dieser Stelle gemachten Äußerungen decken sich vollständig mit meiner Ansicht. Am treffendsten ist Ihre Bemerkung: „Solche Leute tun nur so, als ob sie sich lieb hätten, im Grunde genommen freuen sie sich, wenn sie sich gar nicht sehen.“ Wir wollen also nicht mit Ihnen verhandeln, um etwas für uns zu erhandeln, denn dies wäre meines Erachtens aussichtslos, sondern wir wollen mit Ihnen beraten, wie die Industrie in den Garten Eden gelangt, ohne die Blumenbeete der Uhrmacher zu zertrampeln.

Einen Abschnitt in dem Artikel des Herrn Dr. Dienst möchte ich meinen Kollegen ganz dringend ans Herz legen. Der Führer der deutschen Uhrenindustrie sagt nämlich: „So sehr die Initiative und das kaufmännische Geschick des einzelnen zu schätzen und auch zu fördern ist, in der heutigen Lage der Wirtschaft mit ihrem Bestreben nach Zusammenarbeiten ist es fast kaum mehr möglich, daß einer ganz für sich bleibt. Er braucht irgendwo Anlehnung und Stütze.“ Wenn die Industrie, die viel kräftiger ist als der Uhrmacherstand, sich des Wertes eines Zusammenschlusses in vollem Ausmaß bewußt ist, um so mehr müssen wir Uhrmacher diesen Wert erkennen und danach handeln. Wir können es uns unter keinen Umständen erlauben, allein zu bleiben, wir haben den engen Zusammenschluß noch viel notwendiger als die Industrie.

Wenn Herr Dr. Dienst weiter schreibt: „Die Fabrikmarke wird und muß zum Qualitätsmerkmal werden, man soll sich nicht dagegen stemmen“, so freue ich mich über die Offenheit des Verfassers. Diese Worte lassen uns erkennen, wie recht unsere Führer schon vor langen Jahren hatten, als sie predigten, der Uhrmacher solle sich nicht dazu hergeben, für andere Parteien Pionierdienste zu leisten, ohne daß ihm eine Gegenleistung dafür geboten wird. Der Satz: „Der Mohr kann gehen, er hat seine Schuldigkeit getan“, hat auch heute noch seine Berechtigung. Wir Uhrmacher wollen selbständige Fachkaufleute bleiben und uns nicht zu Agenten der Fabrikation herunterdrücken lassen. Mit der Propaganda der Fabrikmarke

