



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

53. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 21. SEPTEMBER 1928 / Nummer 39

Die Zukunft des Uhreneinzelhandels

Ein Abriß der Markenartikelprobleme am Uhrenmarkte von Dr. Hentschel (Berlin)

Von der Zwangsläufigkeit der Entwicklung

(Fortsetzung)

II. Abschnitt Konkurrenzverhältnisse 3. Kapitel

Das Problem, welches die Markenuhrentwicklung dem Uhrmacher heute stellt, kann nach alledem nicht die Frage ausmachen, wie das Aufkommen und Bekanntwerden von Uhrenmarken verhindert wird, sondern wie der Uhrmacher bei weiterer Entfaltung des Markenwesens sich seinen heutigen Einfluß am Uhrenmarkte sichert. Um diese Kernfrage zutreffend beantworten zu können, wird es notwendig, die heutigen Uhrenmarktverhältnisse noch eingehender, und zwar in Richtung auf das Qualitäts- und Serienuhregeschäft, wie es sich vom Uhrmacherstandpunkte aus darstellt, zu untersuchen. Denn ohne weiteres ist nämlich nicht einzusehen, weshalb die Uhrmacher, bisher sogar nicht ohne Erfolg, sich gegen die Propagierung von Serienmarken sträuben, wogegen sie die Propaganda von Qualitätsuhren nicht nur nicht geduldet, sondern aus dem Führen von „Glashütter- und Schweizer Fabrikaten“ sogar selbst kein Hehl gemacht haben.

Das scheint seinen Grund vor allem in den Besonderheiten der Qualitätsuhren zu haben, die eben nur den Qualitätsuhren und nicht auch den Serienuhren eigen sind. Serienuhren gleichen einander wie ein Ei dem anderen. Qualitätsuhren dagegen weisen, ganz abgesehen von den feinmechanischen Differenzen, erhebliche, ihres Schmuck- und Modecharakters wegen sogar zahllose äußere Unterschiede auf. Unterm Gesichtswinkel ihrer äußeren Aufmachung ist vertriebstechnisch¹⁾ nahezu jede

¹⁾ Wie jede Qualitätsuhr vertriebstechnisch eine Marke für sich ist, so erzeugungstechnisch in gleicher Weise eine Einzigkeit in weiterem Sinne. Auf die Herstellung einer Qualitätsuhr mit etwa „1/10-Sekunden-Prinzip“ muß ungleich mehr „Kopfarbeit“ und kann nur ungleich weniger „Maschinenarbeit“ verwandt werden als beispielsweise auf die Fabrikation eines „Baby-Weckers“. Darauf ist es zurückzuführen, daß auf dem Qualitätsuhrengebiete, soweit die Sonderanfertigung kunstgewerblicher Einzelstücke in engerem Sinne nicht noch heute durch den Uhrmacher besorgt wird, eine andere industrielle Organisation zur Ausbildung gelangte als auf dem Gebiete der Stapeluhrenfabrikation. Bezeichnend dafür ist das Überwiegen der Hausindustrie in den Glashütter und Schweizer Qualitätsuhrenbezirken gegenüber der Fabrikindustrie in Ruhla und im Schwarzwald, um nur einige besonders charakteristische Beispiele herauszugreifen, die um entsprechende auf dem Gebiete der Gehäuseherstellung noch zu ergänzen wären.

Qualitätsuhr eine Marke für sich und daher die Qualitätsmarke, so wie sie heute gebraucht wird, wohl eine Gattungsbezeichnung aber doch nur im weiteren Sinne, die sich nicht auf das Uhrenganze, sondern nur auf das Uhrenwerk bezieht, ohne gleichzeitig eine einheitliche Ausstattung der betreffenden Uhrenwerk-Kategorie anzuzeigen. Andererseits bezeichnet eine Qualitätsmarke nicht eine einzige Uhrenqualität, sondern die mehr oder minder zahlreichen Qualitäten gleicher Herkunft, weshalb von anderem Standpunkte aus die Qualitätsmarke auch als Herkunftsbezeichnung bezeichnet werden kann, da ja heutigentages unter ein und derselben Marke häufig sehr verschiedene, wenn im Verhältnis zu anderen Marken auch ziemlich gütegleiche Qualitäten in den Verkehr gebracht werden. Immerhin ist bei jeder Qualitätsmarke ein Zug zu ganz bestimmter Qualität unverkennbar und in Praxis die Qualitätsmarke nur in minderem Grade Herkunftsbezeichnung, in weit höherem Qualitätsmerkmal, was die im Erzeugungsgebiete wirkenden Entwicklungskräfte künftig noch schärfer in Erscheinung treten lassen werden. Hinzu kommt außerdem noch die Empfindlichkeit und Kostbarkeit der Qualitätsstücke, die es ausschließen, daß einerseits ein Nichtfachmann sachgemäß mit ihnen umzugehen verstünde, und daß, andererseits die Qualitätsuhrenkundschaft solche Einkäufe je anderwärts als im Fachgeschäft tätigen würde. Alle diese Umstände,

1. die riesige Mannigfaltigkeit in der äußeren Aufmachung der Qualitätsuhren,

2. die für den Laien nur aus den Preisdifferenzen abschätzbaren Qualitätsunterschiede bei Uhren gleicher Marke,

3. die Empfindlichkeit und Kostbarkeit der Qualitätsstücke, wozu noch andere Umstände, wie die Absatzbegrenztheit auf die kaufkräftigeren Schichten, die verhältnismäßig seltenere Anschaffung usw., hinzukommen, bannen die Gefahr, daß die Qualitätsuhrenhersteller, selbst wenn sie ihre eigenen Marken propagieren, den Uhrmachern „über den Kopf wachsen“, weil eben sach- und fachbedingt die Abhängigkeitsverhältnisse des Uhrmachers vom Hersteller einerseits und des Herstellers vom Uhrmacher andererseits, auf dem Qualitätsuhrengebiete sich die Waage halten. Noch ist es heute eine Frage untergeordneter Bedeutung, wer von beiden die