

großen Uhren- und Juwelen-Detailgeschäften, insonderheit in den großen Warenhäusern, wie Wanamaker, Marshal Field usw., wo Löhne von 40, 50 und 60 Dollar je Woche bezahlt werden, während die kleinen Uhrmacher in Stadt und Land kaum 25 Dollar, zumeist noch weniger zu zahlen in der Lage sind.

Kleine Uhrmacher — ach Gott, ich kenne welche, die sind so klein und arm, wie kaum je einer in der Heimat; glücklich sind noch jene, die so viel Kapital besitzen, um noch andere Artikel, wie Werkzeuge, Spielwaren oder sonst irgendwelche mitzuführen. Aber welche Konkurrenz müssen sich diese armen Teufel dabei noch gefallen lassen, jeder Zigarren- oder Schreibwarenladen führt Weckeruhren und Uhren für einen Dollar das Stück, einschließlich einer sogenannten Garantie, die natürlich den blutigsten Humbug bedeutet.

Die gut bezahlten Stellen sind natürlich dem Neuling im Lande so gut wie unzugänglich. Er kann schon froh sein, wenn er als erstklassiger Arbeiter in einem mittleren Detailgeschäft seine 35 Dollar bezieht. Die Leute in den besseren Plätzen helfen sich begreiflicherweise und sind nicht gewillt, schlechte Sprach- und Landkenntnisse ihrer sehr anspruchsvollen Kundschaft zu präsentieren. Wie in allen Berufen, muß auch der Uhrmacher hier umlernen. Kann und will er sich der amerikanischen Arbeitsweise nicht anpassen, dann findet er keine bleibende Stätte und keinen ausreichenden Verdienst. Typisch ist die Arbeit in den großen Fabriken, da ist Schnelligkeit und Fixigkeit erste Bedingung — auch da, wo eine bessere Uhr fabriziert wird.

Es läßt sich leicht denken, daß unseren jungen Landsleuten, die eine subtile Arbeit gelernt haben und ihr Handwerk von Grund auf verstehen, nichts anderes bleibt, als in einer großen Fabrik billiger Uhren Unterschlupf zu suchen und von der Arbeitsweise und dem ganzen Milieu alles andere, nur nicht befriedigt sind.

Ein kleiner Einblick sagt dem Kundigen alles. Da stehen um den Arbeitstisch des Uhrmachers etwa 10 bis 12 Fässer mit den verschiedensten Teilen der Uhr — für die Zusammensetzung der Uhr bekommt der Mann 5 Cents. Will der Mann seine fünf Dollar je Tag verdienen, dann muß er 100 Uhrwerke je Tag zusammensetzen — das sagt genug. Eine solche Uhr steht den Fabrikanten alles

in allem etwa 45 Cents, im Dußend zahlt der Uhrmacher 90 Cents je Stück und verkauft die Uhr zu 1,25 bis 1,50 Dollar. Der Absatz dieser Uhren geht in die Millionen, denn bei den teuren Reparaturpreisen kauft man im Notfall eben eine solche neue Uhr für den täglichen Gebrauch.

In den feinen Detailgeschäften und in den besseren Warenhäusern kostet die gründliche Reparatur einer guten Uhr 8—10 Dollar, in den mittleren Geschäften 3 bis 5 Dollar. Durchwandern wir die Seitenstraßen rechts und links des Broadways, dann finden wir dußendweise Uhrmacher, die die Reparatur jeder Uhr für einen Dollar besorgen. Nun wohl, ich halte es für ein gewagtes Unterfangen, meine Uhr einem dieser Geschäfte in Behandlung zu geben. Ab und zu kommt an mich die Anfrage, was ich von der Übersiedlung eines Geschäftes nach hier halte. Im großen und ganzen ist der Gedanke daran eine Utopie — ohne Sprachkenntnisse und ohne Kenntnisse der amerikanischen Mentalität ist überhaupt kein Geschäft hier zu machen, und jeder Cent und Dollar, der hineingesteckt wird, ist rettungslos verloren. 50 Jahre zurück, als innerhalb der Städte noch größere geschlossene deutsche Siedlungen sich befanden, konnte dieser Gedanke noch mit Erfolg in die Tat umgesetzt werden — aber schon damals — ich war noch ein junger Fant — hieß es, bei den Deutschen ist nichts zu verdienen.

Das Geschäft ist überhaupt nur in wirklichen Geschäftslagen zu machen, aber da sind die Mieten sehr teuer, dazu noch teure Privatwohnung und Lebenshaltung. Da kann man nur sagen: Hände weg; selbst der tüchtigste Meister mit und ohne Geld muß hier ganz von vorne anfangen und könnte erst nach einigen Jahren nach oftmals bitterem Erlebnis sich die Geheimnisse des amerikanischen Geschäftsmarktes aneignen.

Gewiß sucht man hier noch oft nach einem alten, tüchtigen, deutschen Uhrmachermeister, beizu dem man Vertrauen zu seiner Kunst haben kann, aber die neue Zeit hat hiermit so gründlich aufgeräumt, daß man stundenlang die Straßen New Yorks durchlaufen könnte, um sich zu überzeugen, daß sie gestorben und verdorben sind, weil sie augenscheinlich mit der neuen Zeit nicht mitkamen und amerikanische Geschäftspfiffigkeit ihrer Wesensart fremd geblieben ist. (I/578)

Die Zukunft des Uhreneinzelhandels

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

Von der Zwangsläufigkeit der Entwicklung

4. Kapitel

Die Zwangslage, in die der Uhrmacher durch die Markenuhrentwicklung hineingeraten ist bzw. mit jedem Entwicklungsfortschritt noch weiter hineingeraten wird, ist gekennzeichnet auf der einen Seite durch den schwindenden Markteinfluß des Einzeluhrmachers, der mit Entfaltung des Markenwesens immer ersetzlicher wird, und auf der anderen Seite durch den unentrinnbaren, höheren Zwang für den Uhrmacher, das Markenwesen ausbilden zu helfen, wenn anders der Uhrmacher von Außenseitern, irregulären Konkurrenten und Fabrikanten in spe sich nicht auf das so enge Gebiet kunstgewerblicher (Maßarbeit = Sonderanfertigung) und immer weniger lohnender Reparaturen abdrängen lassen will.

Diese Zwangslage kann den tragischen Eindruck entstehen lassen, als ob der Uhrmacher gezwungen wäre, seine Existenz selbst untergraben zu helfen. Sieht man den Dingen aber auf den Grund, so schwindet der Ein-

druck von Tragik und erscheint die Uhrmachersituation weniger mißlich, liegen die Verhältnisse doch wirklich so, daß der Einzeluhmacher seinen Markteinfluß nicht erst durch die Markenuhrentwicklung einbüßen würde, sondern hat er als kleine winzige Handelseinheit den großen, teilweise riesigen Fabrikeinheiten gegenüber für seine „Wenigkeit“ schon längst jeden maßgeblichen Einfluß am Uhrenmarkte verloren. Nicht erst durch die Publikumsreklame der Fabrikanten würde also der Uhrmacher in Marktabhängigkeit von seinen Lieferanten geraten, sondern die Marktabhängigkeit ist schon zur Tatsache geworden durch den Umstand, daß fast jedermann einen Markenartikel verkaufen kann, jeder denselben aber noch lange nicht rentabel zu erzeugen vermag, ganz besonders heute, bei der Zusammenballung der Uhrenproduktion in verhältnismäßig wenigen Mittel- und Großunternehmungen längst nicht auf so leichte Art wie ehemals, wo die handwerklichen Erzeugungswerkstätten kaum über die Größe heutiger Reparaturwerkstätten hinausreichten und jeder

(Fortsetzung)