

# Die Uhrmacher-Woche



**Verlag und Schriftleitung:** Leipzig C 1, Talstraße 2.  
Fernruf: 22991 und 22993. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. Postscheck-Konto: 4107. Bank-Konto: Allgemeine Deutsche Credit-Anstalt, Abteilung Becker & Co., Leipzig. Reichsbank-Girokonto.

**Geschäftsstellen:** Pforzheim, Simmlerstraße 4.  
Fernruf: Nr. 1621. — Berlin: Emil Rogge, Friedenau, Fräufstraße 7. Fernruf: Rheingau 6631. — Amsterdam, N. Z. Voorburgwal Nr. 187—227.

**Bezugspreis für Deutschland** vierteljährlich 5,25 R.-M. (einschl. 0,54 R.-M. Überweisungsgebühr).

**Anzeigenpreis:** Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite 0,24 R.-M., für Stellenmarkt 0,15 R.-M., die 1/2 Seite 225,— R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Platzvorschrift 50% Zuschlag. Erfüllungsort Leipzig.

**Ausgabetag:** Jeden Sonnabend. Annahmeschluss für kleine Anzeigen: Mittwoch früh, unverbindlich.

37. Jahrgang

Leipzig, 14. Juni 1930

Nummer 25

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten

48 : 24 = 2

Beim zufälligen Durchblättern eines mitteldeutschen Telefon-Adreßbuches finde ich 24 Uhrengroßhandelsfirmen, denen 48 Uhreneinzelhandelsfirmen gegenüberstehen. Es sind allerdings noch unter der Rubrik „Uhrmacher“ neben einer Anzahl Firmen, die bereits unter „Einzelhandel“ erwähnt sind, sechs weitere Firmen genannt, die aber wahrscheinlich ganz kleine Geschäfte darstellen und ihren Haupterwerb in der Reparatur suchen. Vertreter zählen besonders. Auch in jeder der etwa 50 bis 60 Kilometer entfernten Nachbarstädte sitzen mehrere Grossisten, die mir aus dem Kopfe bekannt sind. Letzteres läßt sich aber von den ersten 24 gar nicht so behaupten. Es sind nur 6, von denen die Fachpresse jemals in Gestalt einer Anzeige oder eines geschäftlichen Hinweises Notiz zu nehmen hatte. Davon ist einer streng genommen nur Vertreter, eine Firma ist in Schwierigkeiten, zwei sind von ihrer früheren großen zu einer geringen Bedeutung herabgesunken.

Unter solchen Umständen ist die Frage berechtigt, aus welchen Kreisen sich die Kundschaft der im Uhrmacher-gewerbe ganz unbekanntem „Uhrengrossisten“ zusammensetzt. Es ist nicht bloße Neugier, diese Frage zu stellen, wenn auch bei uns Gewerbefreiheit herrscht und jeder versuchen kann, sein Brot zu verdienen, wie er will. Es läßt sich nicht von der Hand weisen, daß solche Firmen in empfindlicher Art den Interessen des Uhrmachers entgegenstehen, indem Nichtfachgeschäfte oder das Privatpublikum, das sie vielleicht durch Hausierer aufsuchen lassen, ihre Kunden sind. Der Uhrmacher kann sich von dem kleinen Geschäftsfelde, das ihm bleibt, nichts mehr leichtfertig fortnehmen lassen. Schon längst sind die Zeiten dahin, daß er in seinem Kollegen den einzigen Konkurrenten erblicken durfte. Die Gefahr durch Konkurrenz liegt für ihn auf ganz anderem Gebiete. Viel stärker und mächtiger als irgendein Kollege bedrängt ihn die Konkurrenz jener sogenannten Uhrengroßhandlungen, die den Uhrmacher als ihren einzig legitimen Kunden gar nicht haben wollen.

Die ganze Lage des Uhrengeschäftes berechtigt uns, in dieser Sache klar sehen zu wollen, denn mit den alten Anschauungen von Konkurrenz müssen wir Schluß machen. Ein viel größeres Gebiet des Absatzes wird der Uhrmacher-gesamtheit von einer Konkurrenz streitig gemacht, die wir fühlen, von der wir empfindlich bemerken, daß sie existiert, die wir aber garnicht richtig kennen. Ob etwas dagegen oder durch neue Wege des Geschäfts von uns aus zu machen ist, wird eine Frage sein, deren Lösung erst nachher erwogen werden muß.

Darin müßten die Grossisten, die den Weg der Ware

vom Erzeuger zum Verbraucher so respektieren, daß der Einzelhändler, und zwar der Fachmann, das vorliegende unentbehrliche Glied der Kette bildet, mit den Uhrmachern einig sein. Ihre Interessen sind genau so geschädigt; es bedeutet für sie einen Verlust, wenn sie Aufträge gar nicht oder in nur geringem Maße erhalten können, weil der Uhrmacher nichts oder zu wenig verkauft hat.

Keiner von uns wird so unerfahren sein, nicht zu wissen, daß die Stimmung in manchen Grossistenkreisen gegen die Uhrmacher, deren wirtschaftliche Unternehmungslust dem Großhandel abträglich war und ist, nicht gut sein kann. Doch hier bleibt noch ein Feld zu behaupten, an dem der legitime Grossist lebenswichtig interessiert ist. Es ist eine Idee von mir, daß es Hand in Hand mit dem Uhrmacher geschehen müßte, daß lediglich zu diesem Zwecke eine Brücke geschlagen werden sollte, um sich zu begegnen zu Rat und Tat gegen diese neuere, gefährliche und wirtschaftlich überflüssige Konkurrenz. Das Gefährliche für den Uhrmacher ist durch die große Zahl dieser Firmen, die nur vom Uhrenhandel bestehen, bewiesen, das Überflüssige dadurch, daß ihre Preise, soweit man sie zu erfahren bekommt, durchaus nicht billiger sind als die des Ladengeschäftes. Die Ausschaltung eines Zwischengliedes im Handel ist in solchem Falle für den Verbraucher kein Vorteil. Der berechtigte Gewinn, den der produktive Faktor Uhrmacher an der Ware hätte, wird von dem vorhergehenden Gliede, das sich „Grossist“ nennt, aber in Wirklichkeit Detaillist mit anderen Verkaufsmethoden ist, aufgesogen.

Eine weit größere Zahl selbständiger Existenzen würde den Mehrumsatz haben können, der zur Erhaltung ihrer Existenz heute fehlt, wirtschaftliche Gesundheit wäre die Folge. Wenn alle Uhren, die im Verkehr sind, aus dem Uhrmacherladen entnommen würden, gäbe es keine kranken wirklichen Grossisten oder Uhrmacher. Durch ein immer wieder von interessierter Seite gemachtes Vorurteil veranlaßt, glaubt der Laie aber sehr klug zu handeln, wenn er sich dieser berufenen Bezugsquellen nicht bedient. Hier stehen wir bestimmt vor der Lebensfrage des ganzen Gewerbes in Hinsicht seines Handels, und es ist recht zu bedauern, daß daran immer wieder erinnert werden muß.

Alle Vorteile in Ehren, die ein Uhrmacher dadurch hat, daß er es besser als andere versteht, seine Kunden zu bedienen, die es ihm vielleicht möglich machen, besser als seine Kollegen dazustehen; die gleichwichtige Frage, die Frage der Allgemeinheit des Gewerbes, ist die, wie es zu machen ist, daß das Publikum den Uhrmacherladen über-

Nr. 25. 1930 · Die Uhrmacher-Woche 463