

Jedes rechtlich denkende Mitglied der »Alpina«-Genossenschaft wird, davon bin ich überzeugt, bei ruhiger Ueberlegung mir zustimmen.

Der Zentralverband hat doch den Zweck, die Interessen der gesamten Uhrmacherschaft zu vertreten. Dazu ist er außerstande, wenn eine Sondergruppe nur für einen Teil der Uhrmacher wirkt und den weitaus größeren Teil totzumachen versucht.

Demnach kann es jetzt nur heißen: Zentralverband oder Alpina-Genossenschaft. Eins schließt das andere aus, eins muß weichen.“

Walter Bistrick.

Im Anschluß hieran erhalten wir von Herrn O. Trawny (Dortmund) einen Aufsatz über fast die gleiche Frage, der teilweise schon eine Antwort auf die Bistrickschen Ausführungen ist.

„Weihnachten 1924 stand im Zeichen der Auswirkung der Stabilisierung unserer Währung, der Geldknappheit und der Arbeitslosigkeit. Man hatte sich nicht viel vom Geschäft versprochen, und bis in den letzten Tagen war wohl die Meinung vorherrschend, daß es ein total schlechtes Geschäft werden würde, die letzten Tage setzte das Geschäft stark ein, und man kann wenigstens von einem Weihnachtsgeschäft überhaupt sprechen, und teilweise sogar von einem guten. Im Durchschnitt ist es ein tragbares gewesen, man ist zufrieden. Es ist im November und bis tief Mitte Dezember hinein verkauft worden, die vier letzten Tage war das Geschäft allgemein ein gutes. Fraglich ist es zwar, ob die vier letzten Tage den Ausfall wettgemacht haben, das wird von vielen Kollegen bezweifelt. Zu spät setzte das Geschäft ein und die Geldknappheit machte sich fühlbar. Die Arbeiterschaft erhielt teilweise erst die letzten beiden Tage ihren Lohn, die Beamten gingen zum Teil leer aus. Da wird bei vielen Kollegen die Pumpwirtschaft wieder eingesetzt haben, Abzahlung usw. — leider! Charakterisierend war, daß hauptsächlich gute bis beste Stücke gekauft worden sind.

In Damenarmbanduhren in allen Metallen und Qualitäten war das Geschäft gut, Herrenarmbanduhren wurden weniger verlangt. Herrentaschenuhren in Gold, Silber und Metall wurden viel gekauft, desgl. Ketten; Chatelains vereinzelt. Man kommt wieder auf die reguläre Taschenuhr zurück, sowie auch auf Ketten. Für das Frühjahr ist dieses sehr zu beachten. Bestecke sind sehr viel verkauft worden, sowohl in Silber als auch in Auflage. Das Großahrengeschäft war leidlich, nur machte sich hier die Unterbietung stark bemerkbar. Geschenkartikel in Etais wurden viel gekauft, desgleichen Kristall. In Bijouterie sind fast nur gute bis beste Stücke gekauft worden, sehr viel Manschettenknöpfe und Ringe in jedem Metall. Krawattennadel scheint nicht mehr Mode zu sein, wenigstens wurden sie nur wenig gekauft. Taschen, in Silber und Alpaka, waren gefragt und gekauft. Der Artikel wird aber nicht mehr stark forciert. Kollierkettchen ohne Anhänger waren stark begehrt. Manch ein Kollege wird sein Lager gesäubert haben, um gute Qualitätsware wieder aufzunehmen. Es ist dieses aber auch notwendig, denn zuviel Inflationsware und Alpaka ist gekauft worden, das heute wertlos ist. Das Publikum ist wählerisch geworden und bevorzugt echte Ware, und darauf muß man sich einstellen. Die gute kurante Ware wird erst später verlangt werden, aber das kommt noch, sowie das Wirtschaftsleben normalere Bahnen erlangt.

Interessant sind die Geschäftsgebaren der Kollegen selbst. Wenn das Warenhaus mehr oder weniger ausgeschaltet ist, so ist die unkollegiale Konkurrenz größer geworden. Plaquéuhren, 20 Jahre Garantie, für 65 Mk., Hausuhren mit einem Aufschlag von 30—50 Mk., 10% Extrarabatt, das sind Blüten.

Und nun die Reklame. Ergötzt, dieses alles zu lesen. Eine Kollege inseriert »die weltberühmten, Alpina-Uhren«, der andere zählt sämtliche deutschen und Schweizer Marken auf. Goldene Trauringe für einen lächerlichen Preis! Ob er auch die Luxussteuer bezahlt?

Ganze Innungen wandten sich an mich um Rat, wie der unkollegiale »Alpina«-Reklame gesteuert werden soll. Dieselbe Beobachtung wird auch außerhalb des Verbandsbezirkes gemacht. Fangen wir erst damit an, Aufklärungen an das Publikum zu geben, so ist dieser Weg das Ende der Kollegialität und der Ruin sowohl des Gewerbes als auch der Innungen. Denn, setzt das Unterbieten und Inserieren in dieser Weise ein, so wird in der stillen Zeit manch ein Kollege sich sagen, was hat der Zusammenschluß überhaupt für einen Zweck? Man geht dann über Existenzen, und das wäre bedauerlich für die wirtschaftlich Schwächeren. Den Gipfel leistete sich ein Kollege, der einem Wirt eine Anzahl Regulateure zum Ausschließen übergab. Wenn ihm dieses auch sofort unterbunden wurde, so ist dieses doch tief bedauerlich. Auf Abzahlung wurden dann massenweise mit geringstem Nutzen Regulateure verkauft. Es wurde allgemein bedauert, daß die Markenuhr des Zentralverbandes noch nicht erschienen ist. Man fragt sich auch, ob es nicht richtig gewesen wäre, die eigene Genossenschaft auszubauen. Für die Bremser und leichtgläubigen Kollegen ein ernstes Kapitel zum Nachdenken. Jedoch, wie man sich bettet, so schläft man; man soll niemals Götzen anbeten, sondern mit klarem Verstande disponieren. Aber alle diese Mißstände zwingen uns noch

mehr zum festeren Zusammenschluß. Schöne Worte und keine Taten, das geht wohl eine Zeitlang, aber dann unwiderruflich Schluß. Das Liebäugeln nach allen Seiten führt zu gar nichts. Es muß hier unbedingt durchgegriffen werden. Zu durchsichtig ist das Lavieren verschiedener Kollegen, die nur ihr eigenes Interesse im Auge haben. Wenn das mühsam aufgebaute Gebäude der deutschen Uhrmacher Fundament hat, so wird und muß es dies im nächsten Jahre zeigen. Zum Laborieren ist der Uhrmacher die ungeeignetste Person. Angesichts der Auswüchse des Weihnachtsgeschäftes verlangt man eine durchgreifende Aenderung. Diese ist nur zu erzielen, wenn die Markenuhren bald auf den Markt kommen und der Verkauf nur einwandfreien Kollegen übergeben wird. Das wird unbedingt erzieherisch wirken.

Wenn nun der größte Teil der deutschen Uhrmacher sich gegen die »Alpina«-Reklame wendet, so darf man aber auch nicht gleich ungerecht urteilen. Es ist ja wohl bekannt, daß fast der gesamte Vorstand des Zentralverbandes aus »Alpina«-Mitgliedern besteht, und der Vorsitzende des Aufsichtsrates gleichfalls, so liegt es ja wohl nahe, daß unter Sanktion derselben die Reklame zustande gekommen ist. Daß dieselbe schädigend wirkt und gewirkt hat, ist gleichfalls kein Geheimnis. Dieser Tragweite wird man sich aber nicht bewußt gewesen sein. Ich warne, diesen Weg weiter zu beschreiten, denn es wäre die Todesstunde des Verbandes. Man kann aber den Kollegen nicht zumuten, weiter tatenlos diesem Gebaren zuzusehen. Der Freund von heute kann der Feind von morgen werden. Vielleicht wird der eine oder andere Kollege jetzt wohl aufmerksam werden, weshalb von Westfalen stets auf eine Genossenschaft und Markenuhr gedrungen worden ist. Man hat die Genossenschaft stets mit patriarchalischer Gebärde als nicht lebensfähig hingestellt, und was ist die »Alpina«-Genossenschaft? Machtvoll und groß sollten die Markenuhren des Zentralverbandes werden, die Kollegialität sollte gefördert werden, der Zusammenschluß ein festerer, und da frage ich, wo sind die Bremser und Verächtlichmacher dieser sicher großen Idee für das gesamte Gewerbe? Oder wird von interessierter Seite immer wieder Schwierigkeit gemacht? — Ist es Unfähigkeit oder schlechter Wille?

So und ähnlich ist die Stimmung in einem großen Teil der Kollegenschaft. Ich warne nochmals vor unüberlegten Schritten! Die Markenuhren kommen! Und nach dem Vorbild der »Alpina« wird auch Reklame gemacht werden. Ob ein Kollidieren mit der »Alpina« zu umgehen sein wird, muß die Zeit lehren. Deshalb bin ich auch nicht für aufklärende Inserate an das Publikum, wenigstens so lange nicht, als bis die Not und der Selbsterhaltungstrieb uns dazu zwingt. Es ist schon traurig genug, daß von einzelnen Innungen etwas Derartiges überhaupt erörtert worden ist. Der Zentralverband hat etwas geleistet, und sind Fehler oder Mißverständnisse, so können diese aus der Welt geschafft werden. Aber das Uhrmachergewerbe besteht nicht nur aus Mitgliedern einer Genossenschaft, bei weitem mehr Mitglieder gehören derselben nicht an. Daß dieselben nicht immer die besten Fachleute, mitunter überhaupt keine Fachleute sind, weiß man, und daß dieselben auch nicht die kapitalkräftigsten, ist gleichfalls bekannt. Die Organisation ist eine sehr gute, und viele gute Freunde sind auch bei der »Alpina«-Genossenschaft, für deren Ehrenhaftigkeit ich unbedingt mich verbürge. Die Forderung der deutschen Uhrmacher ist das sofortige Erscheinen der Markenuhren, damit das Konfirmations- und Kommuniongeschäft nicht eine Verschärfung, sondern Frieden bringt, der für die normale Entwicklung des Gewerbes notwendig ist. Sofort müssen die Unterlagen geschaffen werden, die es dem Kollegen ermöglichen, beim Erscheinen der Uhren diese auch zu verwerten. Die Hauptarbeit hat der Zentralverband jetzt nur auf die Markenuhren zu richten und alle Wege zu ebnet, alles andere muß in den Hintergrund treten. Wo ein Wille, ist auch ein Weg!“

So gern ich mit Kollegen Bistrick sonst in den Ansichten übereinstimme, so kann ich ihm in diesem Falle nicht folgen, weil mir entweder seine Gedankenfolge so fremd ist, daß ich sie von vornherein nicht verstehe, oder weil wir die gleiche Sache von zwei ganz verschiedenen Gesichtspunkten aus betrachten. Die Ausführungen des Kollegen Bistrick könnte ich mir als kleine, aber leicht verständliche Anleitung zur Einführung in den Kommunismus denken. Ich will nur die Rollen vertauschen, und die Sache wird sofort klar sein: Herr Kollege Bistrick entfaltet in Königsberg eine ungeheure Reklame dahin, daß die Uhren, die auf dem Zifferblatt den Namen Bistrick tragen, gute Uhren sind und das Beste darstellen, was man jetzt beschaffen kann. — Ich unterstelle, daß das selbstverständlich alles den Tatsachen entspricht. — Wird die Reklame geschickt und intensiv genug betrieben, so ist anzunehmen, daß sich die Bürger Königsbergs dadurch so beeinflussen lassen, daß sie sagen: Wenn ich eine Uhr brauche, darf es