

einflußt, daß man fast von einer Massenpsychose sprechen kann. Aber noch nicht genug damit, durch den erst kürzlich aufgetauchten und dann schnell in die Tat umgesetzten Gedanken der Konsumfinanzierung, d. h. durch die Hingabe von Waren auf Kredit, ist ein weiterer Anreiz gewonnen worden, um außer dem barzahlenden Publikum noch weitere Käuferschichten an sich zu ziehen, die bisher überhaupt nicht kaufen konnten oder sich den Abzahlungsgeschäften zugewandt hatten.

Ferner sind die Inventurverkäufe, die zum mindesten in den Großstädten jetzt weit mehr als die einfache Werbung besonders billiger Einkaufsmöglichkeiten darstellen, mit der Zeit zu einem unerhörten allgemeinen Propagandamittel für die daran beteiligten Geschäftszweige geworden.

Alle diese Maßnahmen bezwecken nur das eine, die Verbraucher zum Ankauf derjenigen Waren zu bewegen, welche die daran beteiligten Branchen führen und man muß leider zugeben, daß die Bestrebungen von einem fast völligen Erfolg begleitet sind, namentlich wenn man mit klarem Blick die wenigen Gewerbezweige betrachtet, welche sich bisher von diesen Bestrebungen grundsätzlich fernhalten. Wir müssen offen gestehen, daß es leider so weit gekommen ist, daß die Beschaffung von Uhren zu den am meisten vernachlässigten Fragen gehört, daß das Publikum nur verschwindend geringes Interesse dafür zeigt und den Erwerb von Uhren oder den sonst von uns geführten Gegenständen zugunsten anderer Ankäufe immer wieder hinausschiebt und, wenn unbedingt einmal wirklich eine Uhr gebraucht wird, das Billigste gewählt wird, da eben für die Uhr das Interesse fast völlig fehlt.

Stimmt man diesen meinen Folgerungen zu, so muß man es als unbedingt notwendig erachten, daß auch unser Fach endlich aus der Stille heraustritt und es versucht, auch für sich einen Platz an der Sonne zu erobern. Leben wir weiter in der Zurückgezogenheit, d. h. halten wir uns von allen modernen und fortschrittlichen Maßnahmen fern, so werden wir sicherlich nicht aus der für unsere Branche so schlecht gewordenen Geschäftslage herauskommen. Daß es möglich ist, eine Wandlung in dem Geschmack und in der allgemeinen Ansicht des Publikums zu erreichen, lehrt uns zum Beispiel die Schuhbranche. Vor dem Kriege galt Deutschland bei Hervorhebung aller seiner hervorragenden Eigenschaften als das Land, in welchem die einfachsten und schlechtesten Schuhe getragen wurden. Welcher Wandel hierin eingetreten ist, weiß jeder Einsichtige selbst; es wird jetzt bei uns ein verhältnismäßig so unerhörter Luxus gerade mit der Fußbekleidung getrieben, daß man uns vielleicht als das bestbeschuhete Land ansehen kann.

Aus allen diesen Gründen glaube ich, daß wir uns in unserem Gewerbe endlich zu wirklichen Taten aufraffen müssen, wenn wir nicht zusehen wollen, daß wir allesamt zugrunde gehen. Was ist dazu aber nötig? Zunächst eine mit reichen Mitteln durchgeführte und sorgfältig ausgearbeitete Gemeinschaftsreklame. Der einzelne kann unmöglich selbst Anzeigen aufgeben, welche wirklich das Publikumsinteresse für Uhren erwecken. Sieht man sich die Inserate einzelner Geschäfte unserer Branchen an, so muß man zugestehen, daß sie diesen Zweck nicht erfüllen können. Durch die meisten Anzeigen wird sogar nicht nur der Inserent selber, sondern das gesamte Fach außerordentlich geschädigt. Eine Uhr, deren wertvolle Eigenschaften dem Publikum klargelegt werden müssen, wird leider meist den Zeitungslesern dadurch gekennzeichnet, daß sie immer billiger und noch einmal billiger angepriesen wird als die Ware der „Konkurrenz“. Was soll das Publikum denken, wenn die Preise für goldene Armbanduhren immer niedriger und niedriger werden, während daneben hochtönende Worte für die Qualität auch der billigsten Erzeugnisse sprechen? Ist es nicht schändlich, wenn man liest, daß „echt goldene

Armbanduhren mit prima Schweizer Werken“ unter mehrjähriger Garantie für wenige Mark angeboten werden, während das „echte Gold“ 8karätig und das „prima Schweizer Werk“ ein Zylinderwerk niedrigster Qualität ist! Man sollte sich wirklich, wenn man schon die Preiswürdigkeit seines eigenen Betriebes hervorhebt, ein Beispiel an anderen Branchen nehmen, bei denen die wirklich leistungsfähigen und reellen Firmen ausdrücklich darauf hinweisen, daß man bei ihnen jede Art und jedes Genre findet, nur nicht das Minderwertige.

Der Plan einer Gemeinschaftsreklame in unserem Gewerbe ist im Gange. Grundsätzlich haben sich alle Verbände, der Fabrikanten-, der Grossisten- und unser Zentralverband, dafür erklärt, und auch die Aufbringung der Mittel ist unter geringen Opfern aller Beteiligten im Prinzip gesichert. Es ist zu hoffen, daß nicht die Ausführung des Planes schließlich noch an kleinlichen Bedenken scheitert. Ich glaube, daß keine Partei die Verantwortung tragen kann und wird, unserem Gewerbe dadurch dieses wichtige Mittel zu seiner Wiedergesundung zu nehmen.

Die Frage der Inventurverkäufe ist für unser Gewerbe ein heikles Thema. Viele Fachgenossen sind immer noch diesem Gedanken abgeneigt. Sie sehen und fühlen nicht, daß durch eine maßvoll und vernünftig durchgeführte Beteiligung an den Inventurverkäufen dem ganzen Fach die Möglichkeit gegeben wird, ältere Lagerbestände zu Preisen abzustößen, deren Erzielung immer noch besser ist als der Fortbestand der alten und die Entwicklung neuer „Ladenhüter“. Sie bedenken auch nicht, daß durch die Inventurverkäufe das Publikum automatisch in die daran beteiligten Geschäfte gezogen wird und auch während der Inventurwochen in vielen Fällen nicht nur die herabgesetzten, sondern auch die normal ausgezeichnet gebliebenen Waren kauft. Führt man gut organisierte Inventurverkäufe auch in unserem Gewerbe durch, so ist ja noch nicht einmal jeder verpflichtet, sich daran zu beteiligen. Er soll nur dem ganzen Fach die Möglichkeit lassen, sich dieser allgemein in Uebung gekommenen Maßnahme anzuschließen, um dadurch neues Leben in unseren gefährdeten Gewerbezweig zu bringen.

Was schließlich die Kreditverkäufe anbetrifft, so kann hier nur wiederholt werden, daß ihrer Entwicklung die größte Aufmerksamkeit gewidmet werden muß. Bildet sich eine Ueberzeugung des Publikums in der Weise, daß die Hergabe von Waren auf Abzahlung gebieterisch verlangt wird, so muß auch unser Gewerbe sich hieran anschließen, zweckmäßig auf eine Weise, welche dem verkaufenden Geschäft den vollen Kaufbetrag sofort zuführt und die Abwicklung der Teilzahlungen über ein Bankinstitut in einer durchaus gesicherten Weise vorsieht. Wenn ich dieses Thema überhaupt noch einmal im Rahmen dieser meiner Ausführungen erwähne, so geschieht es, um vor einer übereilten, grundsätzlichen Stellungnahme gegen jedes Kreditsystem zu warnen.

Es ist mir bewußt, daß meine obigen Ausführungen nicht überall und nicht durchweg Zustimmung finden werden. Ich bin aber der Ueberzeugung, daß wir der Entwicklung der wirtschaftlichen Verhältnisse nicht untätig zusehen dürfen, daß wir vielmehr alle vernünftigen Maßnahmen mitmachen müssen, welche andere Branchen erprobt und durch die sich sichtbare Vorteile gewonnen haben. Es handelt sich um nichts weniger, als um die wirtschaftliche Zukunft unseres Gewerbes in der augenblicklich so ungeheuer schweren Zeit. Alle grundsätzlichen Bedenken gegen eine Revision etwa früher ausgesprochener gegenteiliger Meinungen müssen unbedingt verschwinden. Den bestehenden oder drohenden Gefahren untätig zuzusehen, ist Selbstmord, sich den Fortschritten unserer Zeit anzuschließen, bedeutet die Rettung vor dem sonst unvermeidlichen Niedergang.