

Qualitätsmarke propagiert: der Fabrikant die Fabrik- oder der Händler die Handelsmarke, wenn nach den vorangeschickten Darlegungen die Bedeutung dieser Frage auch auf dem Qualitätsuhrengebiete, der eigentlichen Domäne des Uhrmachers, durchaus im Wachsen begriffen ist.

Anders liegen, vom Standpunkte des Einzeluhrmachers aus gesehen, die Verhältnisse am Serienuhrenmarkte, damit hier das Gebiet der Einheits- bzw. Schablonenuhren einschließlich der Stapeluhren gemeint wird. So unpersönlich wie Maschinenprodukte sind, so unpersönlich ihre Herstellungsweise, so unpersönlich gestaltet sich auch deren Vertrieb. Jeder, der nur einigermaßen mit Geld umzugehen versteht, weiß mehr oder weniger auch mit Markenartikeln = Serienuhren umzugehen. Der Verkauf von Markenartikeln bedingt keinen „Fachmann“, kaum einen „Kaufmann“, fast nur einen „Finanzmann“. Ein Markenartikel ist nur noch Rechengröße kapitalistischer Operationen. Fachliches und kaufmännisches Können erübrigen sich beim Markenartikelverkauf. Eilig betrifft der Markenartikelkäufer das Geschäft, fordert diesen und nicht jenen Artikel, den er auf Grund der massenhaften, detaillierten Ankündigungen zu kaufen beschlossen hat, zahlt und verschwindet. Ohne anzustoßen, kann beim Markenartikelverkauf von einer automatischen Verkäufertätigkeit gesprochen werden. Ein Markenartikelverkäufer ist nur noch lebendiger Automat.

Auch hier gibt es natürlich in den verschiedenen Branchen ziemliche, teilweise erhebliche Unterschiede. Man denke nur an den Verkauf von Maßschuhen, überhaupt allen solchen Artikeln, die dem Kunden „angepaßt“ werden müssen, was auf Uhren schlechterdings nicht bezogen werden kann, da jede Uhr von jedermann sich benutzen läßt. Immerhin wird der Verkäufersautomat dem Serienuhrenkäufer schon einiges antworten und nicht nur rein mechanisch wie etwa der Zigarettenhändler, handeln müssen, der heute kaum noch von Nichtrauchern über die Ware ausgefragt wird. Im großen und ganzen aber werden so ziemlich alle die Ware betreffenden Kundenfragen, soweit sie nicht schon im Ankündigungswege beantwortet werden, sich auf die Uhrenzuverlässigkeit beziehen, die zu gutem Teile überzeugender noch als durch ehrlichste Versicherungen durch Garantieschein sich erledigen lassen. Der Garantieschein ist eine charakteristische Erscheinungsform der Entpersönlichung = Entseelung des Geschäftsverkehrs und hat in unserer garantiesüchtigen Zeit der allgemeinen Versachlichung noch eine große Zukunft.

Solcher Serienuhrenverkauf ist natürlich nicht nach jedermanns Geschmack. Gerade der Uhrmacher, der im Unterschiede zu den Angehörigen anderer Branchen noch zu höherem Prozentsaße „Fachmann“ sein muß, wird eine tiefinnerliche Abneigung gegen jeden Serienuhrenverkauf hegen. Aber diese historisch bedingte Einstellung — man erinnere sich der Abstammung des Uhrmachers vom Uhrenhandwerker — enthält auch ein Bekenntnis, nämlich für die außerordentliche Vereinfachung, mit der Markengeschäfte sich abwickeln lassen. Seiner fast mechanischen Manipulationen wegen bietet der Serienuhrenverkauf dem „Fachmann“ keine Reize. In dieser vollständigen Reizlosigkeit des Serien- und insbesondere des Stapeluhrenverkaufes für den „Fachmann“ ist wohl eines der ursprünglichsten Motive für die Ablehnung der Markenpropagierung durch den Uhrmacher zu suchen. Die anderen Handwerker, die weniger Kopfarbeit als die Uhrmacher zu verrichten hatten und demzufolge schon zu früherem Termine von der Maschine im Herstellungs- und vom Markenartikel im Handelsgebiete abgelöst wurden, haben aus ähnlichen Motiven heraus den

Anschluß an die neue Zeit verpaßt. Am heutigen Uhrmacher liegt es, das Schicksal der Schuhmacher und seiner Leidensgefährten von sich abzuwenden. Die Entpersönlichung des Uhrengeschäftes kann „fachmännische“ Persönlichkeiten verbittern, aber wirkliche „Persönlichkeiten“ wären sie nicht, wenn sie auf ihrem Plage unter dem Zwange heutiger Verhältnisse sich nicht nach der entwicklungsgebotenen Handelsseite zu entfallen wüßten. Die heutige Zeit braucht andere Persönlichkeiten als die vergangene, Persönlichkeiten, die bei aller Hochschätzung ehrbaren Handwerks freudig an der unabänderlichen Versachlichung mitwirken, um die Arbeit zu vereinfachen, einen größeren Arbeitserfolg zu erzielen und neben der Berufsarbeit noch Zeit zur Entspannung vom Berufseinerlei, Zeit zur Arbeit am Menschen zu gewinnen.

Gerade der Handel gewährt dem Persönlichkeitsstreben sehr weiten Spielraum, keinen geringeren als Kunst und Technik. Hellauer meint gar, daß „keine wirtschaftliche Tätigkeit so sehr erfüllt und bedingt vom Persönlichen ist wie der Handel“, und an anderer Stelle rühmt er ihn „als individualistisches Element, als Jungbrunnen der Persönlichkeit und schon darum als Hauptquelle der Natur.“ Wenn der schöpferische Künstler und Techniker auch für ihre Schaffensgebiete nicht Minderes in Anspruch nehmen werden, so besagt dieses Hohelied auf den Handel doch in klassischer Weise, welcher grenzenlose Entfaltungsraum wirklichen Persönlichkeiten auch im Handelsgebiete offensteht. Der Händler braucht sich auf seine Mission nur zu besinnen, der Uhrmacher darauf, daß der eingeborene Vereinfachungstrieb auch das Uhrenhandwerk in seine drei Bestandteile: Kunst, Technik und Handel, gespalten hat und es bei dem außerordentlich hohen Stande jeder dieser Disziplinen heute kaum noch jemandem glücken wird, auf allen Gebieten „Persönlichkeit“ zu sein. Die Arbeitsteilung, dieser gewaltigste Ausdruck eingeborenen Vereinfachungsstrebens macht es der Einzelpersonlichkeit mit jedem Arbeitsteilungsfortschritte immer unmöglicher, Vielfach-Persönlichkeit zu werden, die es mit dem reinen Künstler (Modellier), dem reinen Techniker (Konstrukteur) und dem reinen Händler (Kapitalisten) aufnehmen kann.

Seine Abstammung vom Uhrenhandwerker läßt den Uhrmacher immer wieder in Zwiespalt mit sich selbst geraten, einerseits aus dem angestammten Handwerksbestreben heraus, möglichst alles: Künstler, Techniker und Händler, in einer Person zu sein, andererseits entmutigt durch die tägliche Erfahrung, daß er als Künstler dem Modellier, als Techniker dem Konstrukteur und als Händler dem Kapitalisten unterlegen ist. Noch befindet sich der Uhrmacherstand im Gärungsprozesse, noch will kein Uhrmacher nur Künstler, nur Techniker, nur Händler sein, geschweige denn dafür gelten, als ob der Arbeitsteilungsprozeß nicht schon längst eine chemisch reine Scheidung von Künstlern und Technikern = Fabrikanten auf der einen und Händlern und Reparateuren = Uhrmachern auf der anderen Seite eingeleitet hätte. Nur das Reparaturgewerbe und handelsbedingte Fachkenntnisse können heute noch verschleiern, was der Uhrmacher zu werden im Begriffe steht und werden muß, will er nicht auch als Uhreneinzelhändler im Qualitätsuhrengeschäfte vom reinen Kaufmann und im Stapeluhrengeschäfte vom reinen Finanzmann aus dem Sattel gehoben werden. Noch bedingt der heutige Entwicklungsstand, daß der Uhrmacher je nach Marktgröße an seinem Standorte zu gewissen Teilen Künstler, Techniker und Händler ist. In früher angedeutetem Umfange wird solche Verbindung auch weiterhin notwendig bleiben, aber jeder an seinem Plage sowie seiner an-