

konkurrenz konnte weder rechnen noch kalkulieren. Die Zusammenbrüche solcher Schleuderfirmen haben gezeigt, daß die Leute tatsächlich nicht kalkulieren konnten.

Verkaufen um jeden Preis ist kein Kunststück, wenn aber der Verdienst ausbleibt, hilft der schönste Umsatz nichts. Es kommt allerdings vor, daß ein Geschäftsmann selbst für längere Zeit gezwungen ist, zum Selbstkostenpreis zu verkaufen, d. h. nicht etwa zum Einstandspreis, sondern zum Einstandspreis plus Handlungsunkosten. Diese Verkaufseinstellung, die durch die verschiedensten Umstände erzwungen werden kann, kann sich aber immer nur auf einzelne Artikel erstrecken, um die Unkosten der betreffenden Abteilung zu decken oder herabzumindern. Es ist gleichgültig, ob es sich hier um eine Abteilung einer Fabrik oder um einen Geschäftszweig des Uhrmachers handelt. Auf die Dauer ist ein solcher Leerlauf nicht erträglich, ohne Verdienst verliert man das Interesse.

Man kann eine Firma, die vorübergehend eine solche Verkaufspolitik betreibt, nicht ohne weiteres als Schleuderkonkurrenz brandmarken. Oft sogar tritt nach außen hin der Verkauf zum Selbstkostenpreis nicht in Erscheinung, denn der Betreffende verkauft zu regulären Marktpreisen, die zwar ihm keinen, seinen Konkurrenten aber einen Verdienst lassen. Der Schleuderer ist derjenige, der seine Geschäftskosten zu gering einschätzt und dadurch in Substanzverlust gerät.

Wenn Uhrmacherinnungen für Reparaturen und Standarduhren Preisabkommen treffen, so liegt der größeren Vorteil solcher Preisbindung auf seiten derjenigen Mitglieder, die nicht gut kalkulieren können. Ein nach Lage der Geschäfte gestuftes Abkommen sichert ihnen einen gewissen Verdienst; würden sie versuchen, durch starke Unterbietung das Geschäft an sich zu ziehen, so würden sie bald in Verlust gedrängt werden, zumindest aber zu einer sehr bescheidenen Lebensführung verurteilt sein. Derjenige, der die Marktpreise unterbietet, spekuliert auf erhöhten Umsatz. Der Risikofaktor, den er bei seiner Kalkulation einsetzen muß, ist aber, an der Wahrscheinlichkeit einer Erreichung des Zieles gemessen, so groß, daß der gesund denkende Geschäftsmann lieber auf eine solche Geschäftspraktik verzichtet.

Bei großer Uneinigkeit in einer Innung hat es der Außenseiter weit leichter. Bei starkem Zusammenschluß muß er als Alleinstehender immer befürchten, daß die Preisvereinigung von dem äußersten Mittel des Dumping Gebrauch macht, daß sie seine Preise nach Verabredung zu einem gewissen Prozentsatz unterbietet, bis er auf die Knie gezwungen ist. Diese Maßnahme dürfte nur im äußersten Nofalle angewendet werden, da sie für alle Mitglieder Verluste bringt.

Wenn vorhin gesagt worden war, daß der schlechte Rechner den größeren Vorteil einer Preisvereinigung genießt, so liegt für die gut kalkulierenden Geschäfte der Vorteil darin, daß sie nicht durch dauernde Unterbietungen

und Verkäufe unter Marktpreisen beunruhigt werden, die gegen ihr gesundes Geschäftsprinzip gehen.

Es ist möglich, die Preisvereinigungen der Uhrmacherinnungen mit derjenigen der Uhrenfabriken zu vergleichen, allerdings müßte man statt Warenhauskonkurrenz für die Fabriken das Wort Auslandskonkurrenz einsetzen. Wenn die Uhrmacher sich genötigt sehen, den Kampf mit den Warenhäusern aufzunehmen, so müssen sie, um erfolgreich zu sein, zunächst untereinander einig sein. Härter noch ist der Kampf, den die Fabriken gegen die Auslandskonkurrenz zu kämpfen haben. Nur der größte Konkurrent mag hier genannt sein: die Vereinigten Staaten von Nordamerika. Wenn auch der Amerikaner, gestützt auf seinen reichen Inlandsmarkt von 120 Millionen kaufkräftiger Menschen, die Pflege des Exportes nicht so nötig hatte wie unsere deutschen Fabriken, so zeigen doch die von Jahr zu Jahr steigenden Produktionsziffern der amerikanischen Uhrenfabriken, daß sie immer mehr zum Export gedrängt werden. Wenn auch die amerikanischen Exporterfolge bisher recht kläglich waren, so wird bei weiter steigenden deutschen Löhnen sich im Laufe der Jahrzehnte ein Ausgleich herausbilden. Inzwischen wird sich auch der Amerikaner besser in die Mentalität der kaufenden Völker hineingefunden haben. Das starre Festhalten der Amerikaner an Standardtypen, ohne Berücksichtigung der Wünsche der Exportkunden, ist noch ein Zeichen dafür, daß die amerikanischen Uhrenfabriken vorläufig noch nicht zum Export gezwungen sind.

Die Erstarkung der Auslandsfabriken, besonders in der Weckerproduktion, zwingt unsere deutschen Fabriken zum Zusammenschluß. Die Konkurrenz im Lande selbst ist ein Luxus, den sich die deutschen Fabriken nicht mehr leisten können. Von den Gegnern der Preisvereinigungen, der Verbands- und Konzernbildung wird behauptet, daß sie den freien Wettbewerb ausschalten und jede Individualität das Grab graben. Die oben angeführten Gründe sind aber derartig zwingend, daß alle Bedenken und Sentimentalitäten beiseitegestellt werden müssen.

Selbst eine Industrie mit einer Weltmonopolstellung ist außerstande, Qualität und Preise auf längere Zeit hinaus zu diktiert. Weit weniger ist die im Konkurrenzkampf befindliche deutsche Uhrenindustrie hierzu in der Lage. Der Markt, die Kundschaft sind die bestimmenden Faktoren.

Qualität und Preise stehen im Verhältnis zueinander wie kommunizierende Röhren. Ein Naturgesetz läßt sich nicht ändern, stimmt die Qualität nicht zu den Preisen, so ist von irgendeiner Stelle gesündigt und eine falsche Preispolitik betrieben worden. Der Markt vollzieht mit unbedingter Sicherheit den Ausgleich. Beispiele aus anderen Industrien zeigen, daß bei einer Überteuering durch Preisverbände sich Finanzleute fanden, die Außenseiter in den Sattel hoben.

Letzten Endes ist derjenige, der die Qualität und die Preise bestimmt (wie ein amerikanisches Schlagwort sagt), „Seine Majestät der Kunde!“ (1/681)

Ein jugendlicher 50jähriger

Kollege Stefan Anderson in Ludvika, das geschäftsführende Vorstandsmitglied des schwedischen Uhrmacherverbandes, feiert am 26. Dezember seinen 50jährigen Geburtstag.

Mit solchen dünnen Worten wird man manches Mal eine Notiz in der Presse lesen und sie vergessen, weil viele den betreffenden Kollegen nicht kennen. Wer ist aber Stefan Anderson? wird man sich fragen. Ich möchte es den Herren Kollegen sagen und muß es ihnen

sagen: Stefan Anderson ist einer jener warmherzigen schwedischen Kollegen, die es veranlaßten, daß Mitglieder des schwedischen Uhrmacherverbandes sich entschlossen, in der Zeit bitterster Not, die über Deutschland gekommen war, Kinder aus unseren Kollegenkreisen bei sich aufzunehmen und ihnen das zurückzugeben, was uns die Not damals verbot, nämlich eine Erholung von den schweren Kriegsjahren. Dieses hohe Werk echt christlicher Nächstenliebe und edler kollegialer Hilfs-