

Sprechsaal

„Was macht man da?“ Auf diesen Artikel in Nr. 2 der UHRMACHERKUNST geht uns folgende Erwiderung zu: „Die elektrische Uhr dem Uhrmacher,“ so lautete der Weckruf, mit dem vor Jahren die Fachpresse den deutschen Uhrmacher zum Studium dieser heute leider schon etwas schwierig gewordenen Frage ermahnte. Treffend sind in Nr. 2 unserer Verbandszeitung alle wichtigen Punkte festgelegt, die den Uhrmacher vorläufig noch von diesem zukunftsreichen Absatzgebiete fernhalten. Das bangende Ungewisse, man kann beinahe sagen Hilflose, was diesen oder jenen bei Erwähnung der elektrischen Uhr ergreift, ist das erste, was energisch bekämpft werden muß. Falsch wäre es, in Fachkreisen Stimmungen aufkommen zu lassen, als ob man die elektrische Uhr überschätze. Gewiß, eine Überschätzung der mechanischen Uhr gegenüber darf nicht sein; aber ebenso kräftig muß man sich gegen Strömungen wehren, die die elektrische Uhr unterschätzen. Elektrizität ist heute Trumpf. Wer hätte vor ein paar Jahren die so bedeutende Entwicklung der Funktechnik für möglich gehalten? Ebenso kommt auch eine Entwicklung der elektrischen Uhr, so daß es für den Uhrmacher höchste Zeit ist, sich zu rühren, um diesen Umsatz für sich buchen zu können.

Wollen wir uns tatkräftig an der günstigen Umsatzentwicklung der elektrischen Uhr für den Uhrmacher mit beteiligen, so ist die erste Notwendigkeit: Vertraut machen mit Wesen und Wirkungen der Elektrizität und der elektrischen Uhr! Wie konnten wir uns sonst für etwas einsetzen, was uns fremd ist. Erfreulich ist, daß man an vielen größeren Orten durch Einführung von Unterrichtskursen über die elektrische Uhr schon begonnen hat. In diesen Kursen, beschickt mit reichlichem Anschauungsmaterial, wird der Keim gelegt für eine weitere günstige Entwicklung für unser Fach. Darin steckt auch eine dankbare Aufgabe für unsere Innungen, durch Fühlungnahme mit der Industrie Lehrmaterial zu erhalten, das durch beiderseitige Unterstützung für alle Beteiligten gewinnbringend sein kann.

Ist nun der Grund gelegt, kann man an die Bearbeitung des Bodens schreiten, der das Absatzgebiet des Uhrmachers werden soll. Dazu hätten wir die elektrischen Uhren in verschiedene Gruppen zu teilen, da auch das Absatzgebiet verschieden ist.

Es wären zusammenzulegen: 1. Alle elektrischen Uhren, die jetzt von den großen Fabriken hergestellt werden; z. B. Junghans, Maupe, Kienzle u. a. Diese Gruppe ist uns wohl einigermaßen sicher, aber die packende Werbung dafür fehlt¹⁾. Da dürfen die Grossisten nicht kleinlich und mißtrauisch beiseite stehen, wie es zum Teil geschieht, sondern in ihre Musterkollektion alle elektrischen Neuheiten mit aufgenommen, nimmt sicher dem Uhrmacher wankelmütige Gedanken weg und läßt den Umsatz in dieser Neuheit nicht erlahmen. Bei Entgegenkommen der Fabrikanten ließe sich auch der zur Zeit für das Publikum noch etwas hohe Anschaffungspreis vermindern. Reichliche Verteilung von Prospekten und Broschüren, die dem Uhrmacher von den Fabrikanten erfreulicherweise schon jetzt überlassen werden, bearbeitet das Publikum. Allerdings, meint es der Fabrikant mit dem Uhrmacher ehrlich, liegt ihm daran, seine Erzeugnisse durch den Fachhandel umzusetzen, so müßten diese Drucksachen in einer Abfassung sein, die auch den Uhrmacher nur als den berufenen Lieferer dieser Uhren

hinstellen. Auf keinen Fall darf später, wenn das Feld gut vorbereitet ist, versucht werden, den Verkauf durch Ausschaltung des Uhrmachers in eigene Regie zu übernehmen.

Es bilden die zweite Gruppe: Alle Einzeluhren mit elektrischem Aufzug. Hier liegt die Sache wohl so, daß die Fabrikanten unter Umgehung des Großhandels an die Uhrmacherschaft liefern wollen. Verderblich wäre es sicher für beide Parteien, sollten die Fabrikanten, gezwungen durch Interesselosigkeit der Uhrmacher, eigene Wege zum Publikum suchen wollen. Vielleicht wäre es zweckmäßig, in jedem Innungsbezirk irgendeinem Fachmann, der das Vertrauen der Kollegen besitzt, durch ihre Verbände bei den Fabrikanten ein Entgegenkommen zu erwirken in der Form, daß der Fabrikant nur diesen Uhrmacher als seinen Vertreter im jeweiligen Bezirk anerkennt und ein Übergreifen auf fachfremde Elemente verhütet wird, was sicher auch zum Nutzen der Fabrikanten geschieht. Hier kommt aber der wunde Punkt. Wer soll die Kapitalaufwendung tragen, Fabrikant oder Vertreter? Letzterer wird vielleicht nicht dazu imstande sein. Da müßte es doch dem Fabrikanten eher gelingen, die kleine Musterkollektion diesem zur Verfügung zu stellen, die ja durch Kontrolle der Innung gesichert sein könnte. Wäre durch diesen Vertreter im Innungsbezirk ein kleines Musterlager erreichbar, so wäre anfangs jedem Uhrmacher eine größere Lagerhaltung erspart, wiederum dem Fabrikanten für seine Erzeugnisse aber größere Schlagkraft gegeben, da die Muster konzentriert in einer Stelle dem Publikum mehr ins Auge fallen als bei vielen Geschäften, in denen die Uhren vereinzelt blieben. Trotzdem kann sich jeder Kollege mit Gewinn daran beteiligen, indem er für diese Uhren wirbt, den Kunden entweder in die Musterniederlage führt oder sich die betreffenden Stücke zum Verkauf in sein Geschäftslokal holt. Die Verrechnung des Gewinnes, der durch Umsatz von Uhren aus dieser Niederlage erzielt wird, wäre dann nach Abzug der Unkosten für den Vertreter, der Provision usw. zugunsten der betreffenden Innung zu verbuchen. Eins aber gälte für alle: Heraus mit der Werbung in die Schaufenster, ja gegebenenfalls auch von Haus zu Haus. Beachtung müßte man auch folgendem schenken: Da diese Uhrengattung mit elektrischem Aufzug ihren Vorteil in dem Anschluß an das Starkstromnetz hat, so läuft sie Gefahr, in die Hände der Elektriker überzugehen, da der Uhrmacher die Anschlußleitung an das Lichtnetz nicht machen darf, weil er ja kein Elektromeister ist. Hier muß von seiten des Zentralverbandes dahin gewirkt werden, daß dem Uhrmacher die Installation einer einfachen Anschlußleitung von der Uhr bis zur nächsten Abzweigstelle vom Elektrizitätswerk zusteht. Mit einem müßte dann aufgeräumt werden: Den Zwangsinnungen ist die geschäftsmäßige Betätigung nicht gestattet. In diesem schweren Wirtschaftskampfe ist das aber nicht mehr zeitgemäß. Auch die Zwangsinnungen müßten in die Lage versetzt werden, wirtschaftliche Vorteile für ihre Mitglieder herauszuholen. Auf jeden Fall ließen sich Mittel und Wege zu einer günstigen Lösung finden.

Die dritte Gruppe umfaßt elektrische Uhrenanlagen, d. h. also Haupt- und Nebenuhren. Dieses Gebiet ist dem einzelnen, wenigstens in den Großstädten, leider sehr verschlossen, indem die Hauptabnehmer (Behörden, Fabriken, größere Unternehmen) den kleinen Fachmann nicht beachten. Auch hier wäre nur Gemeinschaftsarbeit möglich. Zusammenschluß der für diese Uhrengattung eingenommenen Kollegen, die durch Empfehlung der Innungen bei Behörden usw. sich denke da

¹⁾ Anmerkung der Schriftleitung: Hier drängt sich eine bedeutungsvolle Frage auf, nämlich: Markenreklame oder Uhrenwerbung? — In einem Artikel aus berufener Feder werden wir in Kürze dies Gebiet behandeln.