



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

56. JAHRGANG

/ HALLE (SAALE), 14. AUGUST 1931

/ Nummer 33

Die neue Front: Einzelhandel und Industrie

Von H. W. Tümena (Berlin)

Eine interessante Unterhaltung mit dem Geschäftsführer einer für den Einzelhandel sehr bedeutsamen Handelskammer hat mich nachdenklich gestimmt. Der kluge und sehr erfahrene Syndikus zeigte sich trotz der unruhigen und so überaus krisenhaften Zeit über die Lage des Einzelhandels nicht beunruhigt, er wies im Gegenteil darauf hin, daß trotz unverkennbarer Notstände der Einzelhandel sich in der Krise weit widerstandsfähiger gezeigt habe als die Industrie. Freilich gelte es jetzt, die Zeichen der Zeit richtig zu verstehen. Der Einzelhandel wäre auch leicht mit in den Strudel gerissen worden, wenn er ähnlich wie viele Industrie- und sonstige Großkonzerne mit Krediten versorgt worden wäre, die sich jetzt so unheilvoll auswirken. Die Besserung der wirtschaftlichen Gestaltung unseres Volkes versprach er sich vor allem von einer stärkeren Annäherung der Belange von Industrie und Handel. Der konsumnahe Einzelhändler müsse zum Vorteil der Industrie auch dort seine kaufmännische Erfahrung zur Geltung bringen, wo die Waren, die er vertreiben soll, hergestellt werden. Er ging sogar so weit, zu fordern, daß in die Aufsichtsräte der Industrie kluge Einzelhändler berufen werden, die nicht Aktienpakete, sondern wirtschaftliche Einsicht dort vertreten. Aus einer solchen Zusammenarbeit könne eine „Planwirtschaft“ im besten Sinne entstehen, die die Initiative nicht hemmt, sie aber vor falschen Wegen bewahrt.

Bemerkenswert waren mir diese Darlegungen besonders in einem Augenblick, wo Uhrenhandel und Uhrenindustrie sich anschicken, neue Wege gemeinsam zu gehen. Der Gesundungsplan des Uhrengewerbes, den die Frankfurter Reichstagung ebenso wie den Vertrag mit der uhrmachertreuen Industrie billigte, gibt davon bededtes Zeugnis. Alle geplanten Maßnahmen bedingen eine enge Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Gruppen. Besonders gilt dies von der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Fachgeschäfte. Der Uhrmacher hat die unmittelbare Auswirkung der beim Verbraucher herrschenden Auffassung zu spüren. An seinem Ladentisch spielen sich die mehr oder weniger erregten Preisdebatten ab. Er spürt sofort das Preisangebot eines Außenseiters. Sein Geschäft ist für solche Bewegungen sehr empfindlich; zugleich ist aber seine Erfahrung hinsichtlich der Publikumswünsche größer. Wenn die Industrie sich dieses Instrumentes bedient, so

wird das für sie nur von Nutzen sein. Zielbewußte Fabrikationspolitik kann doch nur auf Grund zielbewußter Verkaufspolitik betrieben werden. Der immer komplizierter werdende Markt verträgt nicht „irgendwelche“ hergestellte und richtig konstruierte Ware, er braucht vielmehr das genau seinen Bedürfnissen Entsprechende. Diese Überlegung hat ja auch immer wieder bei der Forderung nach Marktanalysen eine Rolle gespielt.

Die Marktanalyse für Uhren wird zweifellos ergeben, daß für die Qualitätsuhr das Fachgeschäft noch immer der beste Vertriebskanal ist. Sie wird aber auch zeigen, daß eine Schwächung des Fachgeschäftes im Preiskampf mit dem Außenseiter die bedenklichsten Folgen hat. Allein kann aber die Uhrmacherschaft den Kampf um den billigen Preis nicht aufnehmen. Hier setzt das Zusammenwirken zwischen Industrie und Handel ein. Für die Industrie bedeutet es eine Erleichterung, wenn der Fachhandel bei der Aufstellung des Fabrikationsprogrammes mitwirkt. Manche fehlgeleitete Produktion, für die kein genügender Absatz geschaffen werden konnte, wird künftig unterbleiben und dadurch die Rentabilität der Industrie stärken helfen.

Die Vorzüge des Vertriebes über das Fachgeschäft für die Industrie sind so offensichtlich, daß man sie nicht zu wiederholen braucht. Es fragt sich vielmehr, ob bei dem neuen Programm, durch das der Uhrmacher billige Ware für erfolgreichen Wettbewerb erhalten soll, nicht Schäden eintreten, die in der Industrie sich durch verminderte Rentabilität und im Handel sich durch Abgleiten der Preise überhaupt und Forcierung billiger Waren auswirken. Beide Befürchtungen scheinen mir unberechtigt. Auch die Industrie hat mit fixen Kosten durch Anlagen u. dgl. zu rechnen, die bei mengenmäßiger Erhöhung der Fabrikation prozentual je Erzeugnis geringer werden. Es bedarf keiner Ausführung, daß z. B. die Steigerung einer Produktion von 100 auf 1000 Einheiten den Tag keineswegs eine Verzehnfachung der Kosten zur Folge hat, die Kosten sinken vielmehr prozentual im umgekehrten Verhältnis zur Steigerung der Erzeugung (vorausgesetzt, daß die Steigerung nicht eine Vergrößerung der Anlagen erforderlich macht, woran aber zur Zeit nicht zu denken ist, da die vorhandenen Anlagen keineswegs voll ausgenutzt sind). Gelingt es also, die Herstellung der billigen Ware für den Uhrmacher dem Teil der Industrie zuzuführen, der zur Mitarbeit