

hüten können. Auch eine gute und erfreulicherweise immer stärker werdende Einzelwerbung des Uhrenfachgeschäftes hat sein übriges getan. Allenthalben zeigt sich ein frischer Zug, und alle möglichen Stellen bemühen sich, dem Uhreneinzelhändler die notwendigen Werbemittel zu stellen.

Und obwohl wir hierin nicht müßig sein dürfen (in der Einzelwerbung), so scheint mir doch noch etwas mehr notwendig, um das verlorene Terrain auch zu einem gut Teil zurückzuerobieren. Seien wir uns klar, daß wir z. B. preislich mit dem Warenhaus nicht in Konkurrenz treten können, und seien wir uns auch darüber klar, daß das Versandgeschäft dem Käufer beachtliche Vorteile zu bieten hat. Es wird also schon auch unsererseits besonderer Anstrengungen bedürfen, um auch unsererseits ein Mehr an Leistung herauszustellen. Mit dem Hinweis auf das „Fachgeschäft“ ist es allein nicht gemacht! Wir müssen mehr bieten und leisten auf einer Ebene, wo uns die Außenseiter nicht folgen können. Man könnte es die „Hohe Schule“ der Geschäftsführung nennen.

Aber noch ein weiteres scheint mir beim „Ausblick“ noch wichtig zu sein. Und das ist die Rentabilität und die Liquidität unserer Geschäfte. Die meisten Uhrenfachgeschäfte kranken an zu langen Lieferantenkrediten, die sie in Anspruch nehmen müssen. Das sind ungeheure Verluste, die das Geschäft dadurch tragen muß. Der Verlust des Kassaskontos kann und dürfte eine Belastung von 10 bis 30 % im Jahre ergeben. Es ist also die Erreichung einer Liquidität ganz besonderer Anstrengungen wohl schon wert.

Und nicht allein der eigenen Rentabilität wegen! Es scheint mir aus einem viel wichtigeren Grunde zwingend

notwendig zu sein. Und zwar aus den Preissenkungsbestrebungen des Staates heraus. Aber wir müssen uns darüber klar sein, daß es damit nicht abgemacht ist, sondern der Staat nicht allein bei uns ein sehr großes Interesse daran hat, daß jedes Verbrauchsgut auf dem billigsten Wege vom Hersteller zum Verbraucher gelangt. (Auch in Amerika hat z. B. Roosevelt eine Untersuchung über die Preisbildung für alle Waren angeordnet.) Es wird daher nicht der letzte Preisabbau gewesen sein, und wir lasen ja in Nr. 47/37 der UHRMACHERKUNST die Ausführungen des Herrn Dr. Rentrop, des Abteilungsleiters des Herrn Reichskommissars für die Preisbildung, daß dabei selbst die Übersehung einer Branche kein Hinderungsgrund sein könne — dann müsse diese Übersehung einfach verschwinden.

Es hieße eine Vogel-Strauß-Politik treiben, wollte man an diesen zwingenden wirtschaftlichen Gesetzen und Vorgängen achlos vorübergehen. Es wird unsere ureigene Pflicht im Interesse unserer Existenz sein, rechtzeitig also dafür zu sorgen, daß unsere Geschäfte rationaler „arbeiten“, daß Leerlauf und unnötiger, hoher Zins vermieden wird. Nur so wären dann die „gesunden“ Geschäfte in der Lage, diesen Anforderungen gerecht zu werden, während die „ungesunden“ einfach nicht mitkommen.

So scheint mir neben einer „Hohen Schule“ der Geschäftsführung des Fachgeschäftes auch ein ganz besonderes Augenmerk notwendig — sei es beim Einkauf, bei der Lagergestaltung und Lagerhaltung usw. —, um die Liquidität und Rentabilität des Geschäftes unter allen Umständen herzustellen.



Alb. Kratz

## Der Uhrenhandel dem Fachgeschäft

Es ist eine alte und gute Gewohnheit, am Jahresschluß das verflossene Jahr mit seinen Erfolgen und Fehlschlägen noch einmal zu überschauen und die Ziele zu erwägen, die im kommenden Jahre anzustreben sind. Die Erfahrungen der Vergangenheit sind der beste Maßstab für die Feststellung, ob die Wege, die wir gegangen sind, richtig waren, und ob wir auf diesen vorwärtskommen.

Die wichtigste Aufgabe unseres Berufsstandes ist die Erhaltung des Uhrenhandels für das Fachgeschäft. Diese Arbeit muß auch im kommenden Jahre unsere vollste Aufmerksamkeit in Anspruch nehmen. Wir alle kennen ja die starken Beeinträchtigungen des legalen Fachhandels nur zu gut und haben sie alle am eigenen Leibe erfahren.

Während in den früheren Jahren eine dem Gesamtgewerbe überaus abträgliche Kampfstellung innerhalb der einzelnen Wirtschaftsorganisationen zu verzeichnen war, hat man sich besonders im letzten Jahre endlich darauf besonnen, daß es wahrlich genug andere und lebenswichtigere Aufgaben zu lösen gibt. Es ist ein altes, aber ewig wahres Wort, daß, wo zwei sich streiten, sich der Dritte freut, und dieser Dritte war eben der Außenseiter. Innerhalb des unter meiner Leitung stehenden Zu-

sammenschlusses von 2400 Fachgeschäften wurde demzufolge als oberstes Ziel die Erziehung des Uhreneinzelhändlers zum fortschrittlichen Uhrenkaufmann besonders herausgestellt. Diese Mitarbeit an den Bestrebungen unserer Wirtschaftsführung konnte dann auch schöne Erfolge zeitigen, Erfolge, bei denen nun nicht Halt gemacht werden darf, sondern die in emsiger Arbeit weiter fortgesetzt und ausgebaut werden müssen. Dieser Aufgabenkreis ist derart umfangreich, daß diejenigen, welche seine Durchführung von einer einzigen Zentralstelle aus als ausreichend erachten, mehr als wirklichkeitsfremd bezeichnet werden müssen. Leßten Endes ziehen wir alle an einem Strang, ganz gleich, welchem wirtschaftlichem Zusammenschluß der einzelne angehört.

Hand in Hand mit der kaufmännischen Qualität des Uhreneinzelhandels muß heute selbstverständlich im Interesse des Uhren kaufenden Publikums die Hebung der Qualität gehen. Wie sehr ein Zusammenschluß hier fördernd einzugreifen in der Lage ist, wie sehr diese gar nicht ernst genug zu nehmenden Bestrebungen eine

*Immer und überall ist für alles der eine Mann verantwortlich. Jeder Erfolg wird erkaufte mit Arbeit, Fleiß, Sorgen und Not unzähliger einzelner. Auf der Festigkeit der Volksgemeinschaft beruht in der Zukunft die Größe und Stärke der Nation. Für sich allein würde jeder nur das Opfer der allgemeinen Schwierigkeiten werden.*

Adolf Hitler, 7. 9. 1937.