

der Handwerksumsatz, in Betrieben von 3000 bis 10 000 RM Gesamtumsatz macht der Handwerksumsatz durchschnittlich 36 % des Gesamtumsatzes aus.

In Betrieben mit einem Jahresumsatz von 10 000 bis 40 000 RM schwankt der Handwerksumsatz zwischen 20,2 und 26 %. Erst in den Betrieben mit einem Jahresumsatz von mehr als 40 000 RM bleibt der Handwerksumsatz unter 20 % des Gesamtumsatzes. Und wieviel handwerkliche Uhrmachergeschäfte mit einem Jahresumsatz von mehr als 40 000 RM haben wir? Daß diese Betriebe nicht gerade überaus zahlreich sind, wird mir der Leiter der Fachuntergruppe Uhren unbesehen zugeben. Das Bild verschiebt sich erheblich, wenn man den Umsatz in **Uhrenreparaturen und Uhrenverkauf** betrachtet. Die Prüfung von 20 Betrieben mit einem Jahresumsatz von 10 000 bis 20 000 RM ergab, daß diese Betriebe in Uhrenreparaturen den gleichen Umsatz haben wie im Uhrenverkauf.

Davon abgesehen, ist es abwegig, den Charakter eines Betriebes nach dem Umsatz zu beurteilen! Wer beispielsweise die Abgrenzungsmerkmale zwischen Industrie und Großhandel kennt, wird bestätigen, daß jeder Berufszweig eine gesonderte Beurteilung verlangt.

2. Der Leiter der Fachuntergruppe Uhren meint, der Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks sei „doch gerade berufen, dafür zu sorgen, daß jeder Uhrmacher eine fachliche, handwerkliche Ausbildung erhält“. Herr Kames warnt vor zuviel Schulungen. Ja, was soll man davon halten? Ich glaube, daß ich mir im Punkte der fachlichen Betreuung meiner Uhrmacher nichts vorwerfen zu lassen brauche. Gerade um die handwerkliche Fortbildung meiner Berufskameraden kümmere ich mich ganz besonders. Wozu hätte ich denn sonst die „Fliegende Uhrmacherschule“ ins Leben gerufen? Das, was der kommissarische Reichshandwerksmeister und der Generalsekretär des Reichsstandes des Deutschen Handwerks anerkannt haben, sollte der Kritik eines Schriftleiters einer Fachzeilung entzogen sein.

3. Der Leiter der Fachuntergruppe Uhren vergleicht die Verkaufstätigkeit des Uhrmachers mit der des Textileinzelhändlers. Ich überlasse es dem Urteil meiner Uhrmacher, ob wirklich der Verkauf eines Anzugs von der Stange dem Verkauf einer Uhr als einem fein empfindlichen Zeitmeßgerät vergleichbar ist. Da pflichte ich schon lieber Herrn Kames bei, der immerhin dem Sinn nach dem Verkauf von Uhren durch handwerklich vorgebildete Männer erhebliche Bedeutung beimißt. Vielleicht hat sich der Leiter der Fachuntergruppe Uhren auch mißverständlich ausgedrückt, **denn er stellte vor einigen Monaten ganz klar heraus:**

Die Uhr ist nun mal kein totes Handelsobjekt im üblichen Sinne: sie lebt, sie soll tadelfrei arbeiten und bedarf handwerklicher Nacharbeit vor dem Verkauf.

Meine Arbeit steht unter dem Gesetz: Wie diene ich meinen Uhrmachern am besten, und womit diene ich dem Verbraucher am meisten? Ich habe über 16 000 Uhrmacher zu betreuen. Meine Geschäftsführung und ich haben den Uhrmachern immer wieder eingehämmert und klargemacht, daß Werbung not tut. Sie haben die Richtigkeit der **Gemeinschaftswerbung** eingesehen; sie haben Jahr für Jahr ihren Werbebeitrag gezahlt. Die Erfahrungen der Werbepraktiker habe ich mir zu eigen gemacht, daß neben die Gemeinschaftswerbung im großen die Gemeinschaftsarbeit im

kleinen und intensive Einzelwerbung treten muß. Der Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks hat keine Mühe und keine geldlichen Opfer gescheut, um den Gang der Uhrmachergeschäfte in ihrer Ganzheit zu fördern. Auch hier sind meine Obermeister und Uhrmacherkameraden sofort bereit gewesen, neue Lasten auf sich zu nehmen. Der Einsatz hat sich gelohnt! Wenn der Umsatz des Weihnachtsgeschäftes 1937 bei der überwiegenden Mehrzahl der Betriebe besser war als im Jahre 1936 — Herr Sander irrt, wenn er meint, daß der Umsatz zu Weihnachten 1937 den des Jahres 1936 im allgemeinen nicht überschreite —, so kann ich dies neben der Arbeit der Gemeinschaftswerbung und der Werbung der Markenorganisationen zu einem Teil meinem Konto und dem meiner Berufskameraden gutschreiben.

Der Leiter der Fachgruppe 12, Goldschmiedemeister Pg. Flamm, und ich hatten in wiederholten Besprechungen Gelegenheit, unsere gemeinsamen Ziele festzustellen. **Zu diesen Zielen führt sicherlich ein gemeinsamer Weg.** Praktische Zusammenarbeit haben die Fachgruppe 12 und der Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks beispielsweise bei der Preissenkungsaktion für deutsche Markenuhren bewiesen. Herr Flamm als verantwortlicher Leiter der Fachgruppe 12 trug die Mitverantwortung für die Preissenkung. Er löste seine Aufgabe so, daß die Preissenkung für den Uhrmacher tragbar und für die Verbraucherschaft nutzbringend war. Wir übernahmen die Mitbürgschaft dafür, daß die Aktion der Preissenkung einen reibungslosen Verlauf nahm. Wir gingen rücksichtslos gegen diejenigen vor, die mit der Preissenkung unlautere Werbung trieben. Wir verpflichteten unsere Obermeister, darüber zu wachen, daß auch wirklich jeder Uhrmacher die Preissenkung in seinem Betriebe verwirklichte.

Ich möchte den zuletzt aufgezeigten Gedanken noch in einem anderen Bilde ausdrücken. Bisher verbanden die Fachgruppe 12 und den Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks zwei Brücken. Die eine Brücke der gemeinsamen Geschäftsführung existiert nicht mehr. Die andere Brücke ist der wiederholt bekundete, auch sichtbar gewordene Wille der verantwortlichen Leiter der Fachgruppe 12 und des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks, an gemeinsamen Zielen auf gemeinsamem Wege zu arbeiten. Daß diese Brücke nicht gefährdet werde, dazu werde ich mein Teil beitragen. Unter diesem Gesichtspunkt möge der Leiter der Fachuntergruppe Uhren meine Erwiderung auf seine Ausführungen werten.

Hans Flügel,

Reichsinnungsmeister des Uhrmacherhandwerks.

Hamburg 36, den 27. 12. 37
Hohe Bleichen 8-10

„ . . . Ihre Weihnachtsgabe, der ganzseitige Werksausschnitt, hat mir so gefallen, daß ich ihn rahmen lassen will . . . “

gez. Hans Schütt, Uhrmachermeister