Nochmals der Herrmann-Konzern

Die Deutsch-Schweizerische Uhrenfabriken A.-G. in Berlin W 8, Kronenstraße 14, oder, je nachdem, Friedrichstraße 191, die zum Herrmann-Konzern gehört, versendet anscheinend in großen Mengen an die Uhrmacher unter dem 1. September 1924 Rundschreiben, um sie zur Übernahme einer Filiale zu veranlassen. Das Wesen dieser Filialen besteht darin, daß die in ihnen zum Verkauf gestellten Uhren Eigentum der Deutsch-Schweizerischen Uhrenfabriken A.-G. bleiben, und daß der Uhrmacher lediglich Verkäufer dieser Uhren gegen Provision ist. Er hat also seine Selbständigkeit aufgegeben, da er nicht mehr befugt ist, gleiche oder ähnliche Waren von anderen Firmen nach freier Wahl zu beziehen. Wir haben auf die Praxis des Herrmann-Konzerns schon des öfteren hingewiesen. Der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher warnt jetzt auch seinerseits mit Entschiedenheit davor, den Lockungen dieses Konzerns zu folgen; so schreibt er: „Der Herrmann-Konzern hat im Uhrmacher-Gewerbe für die Zukunft nichts mehr zu suchen. Die Fabriken, die dem Herrmann-Konzern angehören, kommen für den Bezug irgendwelcher Waren für Uhrmacher nicht in Frage. Zum Herrmann-Konzern gehören, soweit wir unterrichtet sind, folgende Firmen: Chronoswerk, Schwenningen a. N.; J. Aßmann, Deutsche Präzisions-Uhrenfabrik, Glashütte; eine Uhrgehäusefabrik in Kraftsdorf i. Thür.; eine Fabrik in Berlin-Schöneberg; Schwarzwälder Uhrenfabrik Villingen; Deutsch-Schweizerische Uhrenfabriken A.-G., Plauen; Labora chemische Fabrik, Berlin; Plato-Platinal, Berlin; Westdeutsche Uhren-Vertriebs A.-G., Coblenz; Mitteldeutsche Uhrenvertriebs A.-G., Berlin; Odiwe, A.-G., Berlin; Aug. Gruse, A.-G., Schneidemühl; Exhag Export-Handelsgesellschaft m. b. H., Berlin; Manufacture d'Horlogerie, Bévilard (Schweiz). — An dem Beispiel des Herrmann-Konzerns muß gezeigt werden, daß das Uhrmachergewerbe nicht gewillt ist, mit sich spielen zu lassen. Erst versucht der Herrmann-Konzern, den Uhrmachern scharfe Konkurrenz zu machen, und jetzt, wo er die Schwierigkeiten seiner bisherigen Verkaufspolitik einzusehen beginnt, versucht er, die Uhrmacher wieder zu ködern. Das Uhrmachergewerbe wird sich dafür bedanken! Jeder Vorsitzende der Vereinigungen hat die Pflicht, in der nächsten Sitzung auf diese Verhältnisse hinzuweisen und die Kollegen zu warnen." —

Die Deutsch-Schweizerische Uhrenfabriken A.-G. richtete am 30. August ein Schreiben an uns, aus dem wir folgende Stellen der Öffentlichkeit unterbreiten: „Die Wirkung Ihrer Artikel war eine andere, als Sie beabsichtigten. Wir erhielten in den letzten Wochen derartig viele Bewerbungen seitens erster Uhrmacher um Überlassung von Verkaufsstellen, daß wir uns veranlaßt sehen, speziell die Uhrmacher zur Vergrößerung unseres Verkaufssystems, das sich über ganz Deutschland erstrecken soll, aufmerksam zu machen. Wir möchten nicht unterlassen, Sie darauf aufmerksam zu machen, daß es uns fern liegt, den Uhrmachern neue Konkurrenzen zu schaffen.

In unserer Organisation ist es vorgesehen, das gesamte Reich mit einem Netz von etwa 1000 Verkaufsstellen zu überziehen, von dem Gesichtspunkte ausgehend, daß der moderne Uhrmacher soviel Geschäftsmann sein muß, um dem allgemeinen wirtschaftlichen Drang nach Preisabbau einerseits und einer wirklichen ehrlichen Garantie andererseits Rechnung zu tragen. Dies kann nur geschehen durch Ausschaltung des gesamten Zwischenhandels, insbesondere aber dadurch, daß der Uhrmacher die hohen Kapitalzinsen für sein Lager nicht in den Verkaufspreis einzukalkulieren hat. Weitblickende und moderne Uhrmacher haben sich neuerdings trotz Ihrer Angriffe unseres Verkaufssystems mit rechtem Erfolge bedient, denn bei allem Sinn für Innung, Kollegialität usw. ist doch schließlich jeder Uhrmacher sich selbst der Nächste. Nur in den Orten oder Gegenden, wo Uhrmacher zu kurzsichtig waren, die großen Vorzüge unseres Verkaufssystems zu erkennen, mußten wir, der Notgehorchend, uns anderer Branchen bedienen.

Jeder Uhrmacher, der auf Grund Ihrer Zeitungsartikel die Übernahme unserer Verkaufsstelle ablehnt, muß, da unser Verkaufssystem unbedingt durchgeführt wird, durch ein Konkurrenzgeschäft ersetzt werden, so daß Sie (sicherlich unbeabsichtigt) durch Ihre Artikel selbst den Uhrmachern die entstandene Konkurrenz geschaffen haben.

Wir bitten Sie, dieser Frage Ihre besondere Beachtung zu schenken, und wir sind gern bereit, die bereits infolge der Kurzsichtigkeit der Uhrmacher in fraglichen Gegenden entstandenen Konkurrenzgeschäfte anderer Branchen, die glänzende Erfolge haben, obgleich wir mit unserer großen Reklame noch gar nicht eingesetzt haben, aufzuheben und in diesen Gegenden Uhrmachern zu übertragen."

Es ist doch eigenartig, daß der Herrmann-Konzern sich jetzt plötzlich wieder an die Uhrmacher wendet, trotzdem „in fraglichen Gegenden entstandene Konkurrenzgeschäfte anderer Branchen" „glänzende" Erfolge gehabt haben. Anscheinend sucht man aber noch glänzendere Erfolge! Wir möchten die „weitblickenden und modernen Uhrmacher" sehen, die sich nach dem Verkaufssystem des Herrmann-Konzerns drängen! Weitblick und Modernität äußern sich im allgemeinen etwas anders. Unwahr ist die Behauptung, daß sich der Herrmann-Konzern erst der Not gehorchend an andere Gewerbezweige wenden mußte, da ihm die Uhrmacher die Gefolgschaft versagten. Tatsache ist, daß der Herrmann-Konzern, als er sein Filialsystem ins Leben rief, sich wohl hier und da an Uhrmacher wandte, daß er aber keine ernstlichen Versuche gemacht hat, das Uhrengeschäft allein dem Uhrmacher zu sichern. Die Angriffe gegen den Konzern haben denn auch erst eingesetzt, nachdem die ersten Filialen in fachfremden Geschäften bereits eröffnet waren. Wir dürfen das Urteil über die Angelegenheit getrost unseren Lesern überlassen.

Quelle: Deutsche Uhrmacher-Zeitung Nr. 37 v. 13. Sept. 1924 S. 594