

Branchenstudie über die Solinger Taschenmesserindustrie
Im Auftrag der Außenstelle Solingen des Rheinischen Industriemuseums

von:
Dr. Hansjörg Riechert
Pideritstr. 18
32657 Lemgo

1997

Einleitung

- I. Vorbemerkung
- II. Zur Geschichte und gegenwärtigen Situation einzelner Firmen
- III. Spezifika, Entwicklungen und gegenwärtige Probleme der Branche
- IV. Anhang:
 1. Tabellen
 2. Firmendokumente im Stadtarchiv Solingen

I. Vorbemerkung

Für das Dokumentationsprojekt "Solinger Taschenmesserindustrie" wurden die Inhaber(innen) bzw. Geschäftsführer und ein Vorstandsvorsitzender von sieben Solinger Firmen der Branche interviewt. Dabei galt es, Firmen unterschiedlicher Betriebsgröße zu berücksichtigen: vom ehemaligen Großproduzenten (Henckels Zwillingswerk) bis zu kleinen Familienbetrieben.

Interviewt wurden die Herren Dr. Ellermeier/W. Haas von der Firma J.A. Henckels Zwillingswerk AG, Herr E.W. Felix-Dalichow von der Firma Böker-Baumwerk GmbH u. Co, die Herren K. u. H. Gronauer von der Firma Meis/Olbertz KG, Herr G. Hartkopf von der Firma Friedrich Hartkopf KG, Herr Heck vom Puma-Werk, Lauterjung u. Sohn GmbH u. Co.KG, Herr H. Ritter von der Firma Hubertus Schneidwarenfabrik - Kuno Ritter GmbH u. Co.KG sowie Frau Wüsthoff von der Firma Carl Wüsthoff KG. Thematische Schwerpunkte der Gespräche waren neben der Geschichte der Firmen immer aktuelle Themenbereiche wie Ausbildung, Konkurrenz, Produktentwicklung, Standortfrage, Kooperation. Die Interviewdauer reichte von einer halben Stunde bis zu zwei Stunden.

Als Problem erwies sich, daß im Gegensatz zur Branche der chirurgischen Instrumentenhersteller über die einzelnen Firmen insgesamt wenig brauchbare Zeitungsartikel, Kurzchroniken oder Jubiläumsschriften berichten, so daß fast ausschließlich auf Informationen zurückgegriffen werden mußte, die in den Interviews gegeben wurden.

II. Zur Geschichte und gegenwärtigen Situation einzelner Firmen

Interview mit Herrn Ernst-Wilhelm Felix-Dalichow, Geschäftsführer der Firma Böker-Baumwerk GmbH u. Co, vom 2. Juli. Gesprächsdauer cirka 30 Minuten.

Die Firma wurde von Heinrich Böker und Hermann Heuser, einem damals bekannten Schneidwaren-Fachmann, gegründet.¹ Die ursprünglich in Remscheid beheimateten Böker fertigten bereits seit dem 17. Jahrhundert Werkzeuge. Im ersten Drittel des 19. Jahrhunderts kam die Produktion von Säbeln hinzu. Vermutlich veranlaßten die wachsenden Exporterfolge Solinger Rasiermesserhersteller Böker und Heuser zur Gründung ihres Betriebes. Das Exportgeschäft der jungen Firma, die sich zunehmend auch als Hersteller von Scheren, Taschenmessern und Bestecken hervortat, profitierte von den Verbindungen zu engen Verwandten der Böker-Familie, die nach Kanada und in die USA ausgewandert waren. Vor allem die 1837 in New York von Hermann Böker gegründete Firma H. Boker u. Co. sorgte für den Vertrieb eines beträchtlichen Teils der Böker-Schneidwaren auf dem amerikanischen Markt. Das Produkt Taschenmesser entwickelte sich hierbei zu einem Zugpferd des Absatzes und verdrängte allmählich die anderen Schneidwaren. Da um die Jahrhundertwende die Nachfrage nach Taschenmessern in den USA die Produktions- und Liefermöglichkeiten der Solinger übertraf, entschloß sich der Importeur H. Boker eine eigene Taschenmesserproduktion aufzuziehen. Aufgrund des guten Verhältnisses der internationalen Böker-Familie zueinander, erhielt der New Yorker Familienzweig die Einwilligung der Solinger Verwandten zur Kennzeichnung seiner Produkte mit dem international eingeführten Markenzeichen der Böker - einem Baum. Vorbild für dieses Symbol war ein alter Kastanienbaum, der auf dem Areal der alten Remscheider Produktionsstätte stand und 1925, nach über 100 Jahren, durch einen Blitzschlag gefällt wurde.² Seit der Einwilligung gab es in den USA zwei unterschiedliche Sortimente von Böker-Messern mit dem gleichen Markenzeichen, gelegentlich sogar mit derselben Artikelnummer. Lediglich das Zeichen auf dem "Gang" des Messers sorgte für Unterscheidbarkeit: Boker, USA/ H. Boker Improved Cutlery, Solingen. Im Verlauf des Zweiten Weltkrieges brach der Kontakt nach Übersee ab. Der Solinger Betrieb brannte durch "Feind"-Einwirkung aus, und das Markenzeichen - der Baum - wurde in den USA beschlagnahmt. H. Boker erwarb das Baum-Zeichen, um es für den Vertrieb der amerikanischen und deutschen Produkte zu sichern. Der Wiederaufbau des Solinger Werks und seine geschäftliche Expansion gelang vor allem aufgrund der Unterstützung aus New York, da sich Boker erneut als Hauptabnehmer betätigte.

Zwischen den beiden Weltkriegen beschäftigte das Solinger Werk etwa 230 Mitarbeiter und 70 Heimarbeiter. Mitte der 60er Jahre belief sich ihre Zahl auf 150 Männer und Frauen

¹(o.N.): Die Böker-Geschichte, unveröffentlichtes Manuskript. Die nachfolgenden Angaben sind ebenfalls dieser Quelle entnommen.

²Der Zusatz "Baumwerk" im Namen der Firma geht auch auf diesen Baum zurück.

(ohne Heimarbeiter).³ 1974 waren nur noch halb so viele Menschen bei Böker in Arbeit. Gegenwärtig arbeiten 98 Mitarbeiter für die Firma. Heimarbeiter werden lediglich in der Scherenproduktion eingesetzt. 1983 wurde in Argentinien gemeinsam mit einer Familie Salzmann die Firma Böker Arbolito S.A. gegründet, die mit etwa 30 Arbeitern und Angestellten hauptsächlich Haushalts- und Berufsmesser herstellt. In Denver, im US-Bundesstaat Colorado, gibt es seit Juli 1986 unter dem Namen Boker USA, Inc. eine Verteilerorganisation, die aus einem Lager und einem Außendienst besteht. Dort sind zehn Mitarbeiter sowie einige Vertreter beschäftigt, die auf Provisionsbasis arbeiten. Die Gründung dieser Repräsentanz war durch die vom amerikanischen multinationalen Konzern "Cooper Industries" vorgenommene Rückübertragung des Rechtes am Warenzeichen möglich geworden. Anfang der 70er Jahre hatte der Konzern H. Boker in New York aufgekauft und damit den Anspruch.⁴ Die Rückübertragung erlaubt wieder den eigenständigen Vertrieb von Böker-Produkten auf dem US-Markt.

Während 1974 in Solingen ein Umsatz von 3 Millionen erzielt wurde, wird für dieses Jahr bei geringfügig mehr Personal ein Umsatz von 17 bis 18 Millionen angepeilt. Diese in rund zwei Jahrzehnten erzielte Umsatzsteigerung beruht vor allem auf einem Rationalisierungsprozeß, der die Teilefertigung betraf. Um kostengünstig produzieren zu können, werden die Einzelteile des Taschenmessers nunmehr überwiegend maschinell und unter Einsatz von CNC-Technik in großen Stückzahlen hergestellt und anschließend im Teilelager deponiert. Je nach Bedarf entnimmt die Fertigung dem Lager die benötigten Einzelteile für die Messerserien. Dieser Produktionsbereich, vom Reiden (Montage) über das Ausmachen (Schleifen und Polieren der Griffschalen, Backen, Federn und Rücken) bis zu den abschließenden Putz- und Kontrollarbeiten, ist bei Böker nach wie vor manuell bestimmt. Neben dem vermehrten Maschineneinsatz ist die von Felix konstatierte Zunahme der Leistungsbereitschaft seiner Arbeitnehmer oder anders ausgedrückt, der aufgrund inner- und außerbetrieblicher Umstände gestiegene Leistungsdruck, ein weiterer Grund für die Umsatzsteigerungen des Betriebes.

Bei Böker erzielt das Taschenmesser den höchsten Anteil am Produktionsausstoß. Ferner werden feststehende Messer und Scheren hergestellt. Etwa 50 Prozent des Gesamtumsatzes wird auf dem deutschen Binnenmarkt erzielt, auf dem amerikanischen Markt bis zu 40 Prozent. Weitere Märkte sind Argentinien und Europa, hier vor allem die Schweiz, Frankreich, Italien und die Benelux-Länder. Das Vertriebssystem in Deutschland ist zweigeteilt. Zum einen wendet sich Böker über seine Vertreter an die Fachhändler, zum anderen betreibt die Firma seit 1990 gegen anfängliche Widerstände des Einzelhandels ein Versandgeschäft, mit dem sie den Endverbraucher direkt beliefert.

Insbesondere durch die Einführung neuer Werkstoffe steigert Felix den Umsatz. Nach seiner Einschätzung ist die Firma auf diesem Sektor in der Branche führend. So präsentierte Böker in den 80er Jahren einen in den USA entwickelten hochwertigen, rostbeständigen Stahl (Bezeichnung: 4125), der sich durch hohe Schnitthaltigkeit auszeichnet. Böker war die erste

³Für Böker-Baumwerk begann die Zukunft gleich nach dem Krieg, in: Rheinische Post vom 16. April 1966.

⁴Die Böker-Geschichte.

Firma, die den Werkstoff Titan als Material für Taschenmesser-Beschalungen entdeckt hat und Ceramic bei der Klingenherstellung für Klappmesser und feststehende Messer einsetzt. Zum Herbst wird ein der Kohlefaser ähnlicher Werkstoff (Bezeichnung: G 10) als Beschalmaterial Verwendung finden, der über eine große Festigkeit verfügen und sehr leicht sowie griffig sein soll. Seit 1979 hält Böker ein Patent für ein Picknickbesteck, das aus Kostengründen nur für die Böker-Märkte gilt. Hinsichtlich der Produktvielfalt, der qualitativen Ausführung der Messer und der Art des verwendeten Materials stuft Felix seine Firma nicht nur als größten Taschenmesserproduzenten in Solingen, sondern auch in Europa ein. Weniger in den Solinger und Schweizer Produzenten als vielmehr in den großen amerikanischen Herstellern wie Gerber und Case sieht er ernstzunehmende Konkurrenten.

Der Betrieb bildet jährlich zwei Nachwuchskräfte im gewerblichen Bereich aus. Unter einer Überalterung der Belegschaft, wie sie insbesondere bei kleineren familiär geführten Betrieben der Branche festzustellen ist, leidet Böker nicht. Die Altersstruktur der Belegschaft ist aufgrund der über Jahre durchgeführten Ausbildung weitgehend homogen. Der Nachwuchs wird als Teilezurichter ausgebildet, der den ehemaligen Lehrberuf des Taschenmessereiders abgelöst hat. Die Prüfung zum Teilezurichter, dessen Ausbildung zwei Jahre dauert, in der dem Auszubildenden manuelle Grundfertigkeiten beigebracht werden, erfolgt vor der Industrie- und Handelskammer (IHK). Offiziell gibt es nur den Teilezurichter, aber Betriebe der Taschenmesserbranche bilden mit Duldung der IHK ihren Nachwuchs mit dem Schwerpunkt Taschenmessereider aus.⁵ Aufgrund seiner modernen Maschinenausstattung vermittelt Böker seinem Nachwuchs auch Kenntnisse in CNC-Technik.

Die vom Verband der Schneidwarenindustrie an seine Mitglieder gerichtete und immer wieder erneuerte Empfehlung zu kooperieren, um der auswärtigen Konkurrenz besser standzuhalten und offensiv auftreten zu können, hält Felix für eine gute Idee. Nur wisse er aufgrund seiner Produktausrichtung nicht, "wo ihm ein Solinger Taschenmesser-Produzent weiterhelfen kann." Statt dessen arbeitet er bei der Herstellung eines Dolches mit dem amerikanischen Konkurrenten Gerber eng zusammen.⁶

Es besteht die Bereitschaft, die wenigen noch vorhandenen Firmenunterlagen aus der Zeit vor 1945 dem Museum für die Anfertigung von Kopien zur Verfügung zu stellen.

⁵Auskunft des Ausbildungsleiters der IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid vom 12. Oktober 1994.

⁶Laut Felix ist dies das erste Mal in der Geschichte der Schneidwarenindustrie, daß zwei Wettbewerber bei ein- und demselben Produkt kooperieren.

Interview mit Herrn Günter Hartkopf, Inhaber der Firma Friedrich Hartkopf KG, vom 26. August. Gesprächsdauer etwa 45 Minuten.

1890 gründete der Federmesserreider Friedrich-Wilhelm Hartkopf in Solingen-Höhscheid, Oberkatternberg 8, die Stahlwarenfabrik Friedrich Hartkopf, die ausschließlich Taschen- und Federmesser herstellte. Die Erzeugnisse wurden über Hamburger Exporteure nach Übersee verkauft. Noch im gleichen Jahrzehnt erwarb die Firma von der Sparkasse die Aktien-Dampfschleiferei Untenkatternberg 16 und verlegte dorthin die Fabrikationsräume. Um für die Firma eine bessere Verkehrsanbindung zu erreichen, erwarb Hartkopf nach dem Ersten Weltkrieg die Anwesen Hochstraße 48a sowie Bergstraße 51 und führte seine Produktion in den neuen Räumlichkeiten weiter. Die Dampfschleiferei wurde verpachtet. 1921 starb der Firmengründer, seine Söhne Carl, Cuno und Richard übernahmen die Geschäfte. Aufgrund von Erbstreitigkeiten mit den anderen fünf Geschwistern und hohen Forderungsverlusten während der Weltwirtschaftskrise sahen sich die Nachfolger gezwungen, die Immobilien Berg- und Hochstraße wieder zu verkaufen: Die Produktion wickelte sich auf angemietete Räume in der Zweigstraße 12 aus. Nach dem Tod der Mitinhaber Carl (1951) und Cuno (1952), forderten ihre Erben eine Kapitalabfindung aus dem Firmenvermögen sowie den Verkauf der Dampfschleiferei. 1959 kündigte der Vermieter die Räume an der Zweigstraße, und der Betrieb verlegte für ein Jahr in die Kreuzwegerstraße 16. 1960 erwarb der letzte der Gesellschafter - Richard Hartkopf - das Anwesen Donaustraße 36, wo sich auch heute noch die Fabrikation befindet. Im gleichen Jahr starb er, seitdem leitet sein Sohn Günter die Firma.¹

Die Firma Hartkopf ist ein Familienbetrieb. Neben dem Firmeninhaber arbeitet seine Frau sowie der Sohn im Betrieb. Ferner werden sieben bis acht Heimarbeiter beschäftigt. In zwei bis drei Jahren soll der Betrieb an den Sohn übergehen.

Schlechte Erfahrungen mit dem Exporteur veranlaßten vor dem Zweiten Weltkrieg die Betriebsleitung, den Verkauf nach Übersee einzustellen. Statt dessen wurden die Balkanstaaten und Österreich beliefert. Nach 1945 blieb Österreich als Abnehmerland bestehen, hinzu kam als weiterer Schwerpunkt der süddeutsche Raum. Ferner beliefert die Firma auch einige Kunden im übrigen Bundesgebiet sowie in der Schweiz. Im deutschen Sprachraum werden die Hartkopf-Erzeugnisse stets nur über den Stahlwaren-Fachhandel vertrieben. Unter dem Eindruck deutlich sinkender Umsätze im Facheinzelhandel und der daraus resultierenden Gefahr einer finanziellen Schieflage seiner Firma faßte G. Hartkopf vor etwa zehn Jahren den Entschluß, sich einen weiteren Absatzmarkt zu schaffen. Seither fertigt er für den amerikanischen Sammlermarkt, der mittlerweile 50 Prozent seines Umsatzes ausmacht. Er beliefert diesen Markt aber nicht selbst, sondern indirekt über die Firma Meis/Olbertz, für die er seit dem Entschluß, für die USA zu produzieren, als Zulieferer von Teilen wie auch als Lieferant von Messerserien arbeitet.

Der Betrieb bietet etwa 80 bis 100 Modelle von Taschenmessern an. Jagdmesser sind im Produktionsprogramm nicht enthalten. Im Gegensatz zu den frühen 80er Jahren werden die

¹Die Angaben sind der knapp gefaßten Firmenchronik entnommen, die anlässlich des hundertjährigen Bestehens der Firma erstellt worden ist.

Messer nur noch zum Teil "auf Lager" hergestellt. Die Produktion auf Bestellung ist hinzugekommen. In der Solinger Firma Klaas sieht Hartkopf seinen Hauptkonkurrenten, da dessen Programm ähnlich vielfältig und die Qualität der Messer vor allem hinsichtlich ihres komplexen Aufbaus vergleichbar sei. Bisher sind aber weder eine Kooperation mit Klaas noch "einfache" Geschäftskontakte dorthin zustande gekommen. Neben der angesprochenen Kooperation mit Meis/Olbertz hat es in den 70er Jahren zusammen mit anderen kleineren Herstellern den Versuch einer Kooperation mit Böker gegeben, der sich auf die Herstellung eines feinen Taschenmessers bezog. Der Versuch scheiterte, da sich die kleinen Partner der Kooperationsregie von Böker nicht beugen wollten.

Die sich in Solingen als Reaktion auf wachsende ausländische Konkurrenz und steigenden Kostendruck vollziehende Abkehr von der Vielfalt der Einzelteile allein für ein Messermodell macht Hartkopf nur im begrenztem Maße mit. Er möchte es bei der Detailvielfalt seiner Messer belassen, darin sieht er seine Stärke und seinen Markt. Die Einführung einer Standardklinge für komplette Messerserien, wie bei anderen Herstellern, kommt für ihn nicht in Frage. Zu seinen weiteren Stärken zählt er die Nähe zum Kunden, d. h. seine Bereitschaft, flexibel auf deren Wünsche in Bezug auf Funktionalität, Produktdesign und Liefertermin zu reagieren. "Wenn es sein muß, arbeite ich am Sonntag." Teil dieser Dienstleistung ist auch sein Reparaturservice, den er aus "Liebe zum Beruf" und als Kaufanreiz für seine Produkte beibehält. Bis zu 15 Jahre alte Messer aus eigener Fertigung repariert er kostenlos, sofern sie nicht mutwillig beschädigt worden sind.²

Weniger in den in- und ausländischen Konkurrenten als vielmehr im Mangel an Nachwuchs sieht er für sich und seine Branche eine existenzielle Bedrohung. Dieser Mangel bedrohe nicht nur die Produktion, sondern überhaupt die Weiterführung vor allem der kleinen Familienbetriebe, da die Kinder der Inhaber meist anderen beruflichen Interessen nachgingen.

²Er übernimmt auch Reparaturen von Fremdfabrikaten aus deutscher Produktion.

Interview mit den Herren Dr. Ellermeier (Vorstandsvorsitzender) und Werner Haas (ehemaliger Meister und Abteilungsleiter) der Firma J.A. Henckels Zwillingwerk AG vom 3. Juli. Gesprächsdauer des Interviews cirka 1 3/4 Stunden.

Zumindest seit dem ersten Drittel des 19. Jahrhunderts waren Taschenmesser ein fester Bestandteil des Sortiments der Firma J.A. Henckels.¹ Sie gehörten aber nicht zum Kerngeschäft, das gegenwärtig auf der Herstellung von Haushaltsmessern, Bestecken, Scheren und Manikürinstrumenten beruht. Zu Beginn der 70er Jahre wurde von der Firmenleitung die Eigenfertigung von Taschenmessern eingestellt, da sie ihr nicht mehr wirtschaftlich erschien. Mehr Umsatz und Gewinn versprach man sich von einer Ausweitung der Besteckproduktion. Der besonders zu diesem Zeitpunkt wachsende Konkurrenzdruck Schweizer Taschenmesserhersteller, wie vor allem Victorinox und Wenger, die in bis dahin für die Solinger Branche ungewohnt stark rationalisierter Form unter hohem Maschineneinsatz in großer Qualität kostengünstig fertigten, hat zu diesem Entschluß beigetragen. Henckels mochte auf den traditionsreichen Vertrieb von Taschenmessern nicht verzichten und ließ seine heute unter der Bezeichnung Inox² angebotenen Militärmesser, die dem Schweizer Pendant ähneln, in der DDR bei Legebruch von der Firma Foron kostengünstig produzieren. Ob der heute unter dem Namen Adler-Werk firmierende Betrieb immer noch für Henckels arbeitet³, konnte nicht in Erfahrung gebracht werden.

Bei der Eigenfertigung orientierte sich Henckels an den Qualitätsstandards vor allem der Solinger Taschenmesserhersteller Bertram und Hartkopf. Laut Haas wurde in Solingen über Kooperationen viel gesprochen. In der Fachschaft Taschenmesser des Fachverbandes der Schneidwarenindustrie, die sich aus den Delegierten der einschlägigen Hersteller zusammensetzt, und der er auch angehörte, habe es solche Gespräche gegeben.⁴ J.A. Henckels und die Firma Richartz und Söhne waren sich über eine Kooperation sogar einig geworden, aber die Aufgabe der Eigenfertigung bei Henckels bedeutete das Aus für dieses Vorhaben.

Es besteht die Bereitschaft, alte, optisch eindrucksvolle Taschenmesser für eine Ausstellung zur Verfügung zu stellen.

¹Siehe die von J.A. Henckels in Berliner Zeitungen inserierten Verkaufsanzeigen, in: Heinrich Kelleter: Geschichte der Familie J.A. Henckels in Verbindung mit einer Geschichte der Solinger Industrie, Solingen 1924, S. 126, 128, 131.

²Der Name ist mit Bedacht gewählt, da er der erfolgreichen Firma Victorinox, vormals Firma Elsener, ähnelt.

³Interview mit Herrn Heck, ehemaliger Geschäftsführer des Puma-Werks.

⁴Zu seiner Zeit repräsentierte die Fachschaft vornehmlich die größeren Hersteller. In ihr verhandelten die Delegierten der Firmen u.a. über Preise und Löhne.

Interview mit Herrn Henning Ritter* von der Firma Hubertus Schneidwarenfabrik-Kuno Ritter GmbH u. Co.KG vom 30. Juni 1997. Gesprächsdauer etwa 1 3/4 Stunden.

1932 wurde in Solingen-Gräfrath von Kuno Ritter die gleichnamige Stahlwarenfabrik gegründet, die zunächst ausschließlich Fahrtenmesser herstellte. Im Zuge der Aufrüstung und fortschreitenden Militarisierung der Bevölkerung nach 1933 erweiterte der Betrieb durch die Herstellung von Blankwaffen sein Angebotspektrum. Während des Krieges wurde er größtenteils zerstört. In der Aufbauphase verließ man das alte Trümmergrundstück, um drei Parzellen weiter den Aufbau schneller voranzubringen. 1950 übernahm Ritter die in Liquidationsschwierigkeiten geratene Solinger Stahlwarenfabrik J. Albert Schmidt Nachf., um ihr Markenzeichen "Hubertus" zu nutzen, das seit 1898 - der Gründung des Betriebes - geschützt war. Mit der Übernahme des Markenzeichens sollte fortan signalisiert werden, daß die Firma Kuno Ritter schwerpunktmäßig Jagdmesser produziert. Diesen Schwerpunkt baute Kuno Ritter durch die Übernahme der in Solingen-Widdert ansässigen Jagdmesserfabrik Gebr. Gräfrath aus, die 1961 erfolgte. Dabei wurde auch Personal übernommen, um ohne Reibungsverluste die Produktion der Gräfrath-Jagdmesser zu gewährleisten. Nach wie vor sind Taschenmesser ein fester Bestandteil des Ritterschen Sortiments, deren Design vor allem auf den Geschmack von Hobbyjägern zugeschnitten ist.

Bis zum Ende der 70er Jahre gehörten dem Betrieb rund 30 Beschäftigte an. Aufgrund der Annahme, daß der Markt für derart handwerklich hochwertige und daher teure Produkte kleiner wird, wurde ab diesem Zeitpunkt kaum noch ausgebildet. Auch verzichtete die Betriebsleitung nach dem Weggang von Mitarbeitern auf Neueinstellungen. Gegenwärtig beschäftigt die Firma noch 16 Mitarbeiter, zu denen ein Auszubildender zählt sowie acht Heimarbeiter, die zum Ätzen, Schleifen und Reiden eingesetzt werden. Drei Frauen arbeiten in der Produktion als Hilfskräfte beim Aufstiften von Griffschalen sowie bei Stanz-, Bohr- und Vorarbeiten zum Zusammenbau. Die wirtschaftliche Lage des Betriebes veranlaßte erstmals die Betriebsleitung für 1996 Kündigungen auszusprechen. Sie betrafen ausschließlich Personal, das aus anderen Betrieben der Branche stammte. Laut Ritter bestehe in der Altersspanne von 20-32 Jahren eine Personallücke, darüber sei die Altersstruktur des Betriebs noch recht homogen.

Hauptabsatzgebiet ist der Binnenmarkt, darüber hinaus wird für amerikanische Sammler gefertigt. Die zeitweilige Schwäche des Dollar hat die Gewinne der Firma gedrückt. Ab Mitte der 80er Jahre verzeichnete Ritter zusätzlich einen Rückgang des Absatzes auf dem Binnenmarkt. Zum einen resultiert er aus der seit Anfang der 90er Jahre zunehmenden Kaufkraftschwäche einheimischer Konsumenten, zum anderen aus einer rückläufigen Marktpräsenz des Facheinzelhandels, den Ritter bedient. Die Verdrängung des Stahlwarenfachhandels und des Jagdfachhandels durch die Discounter auf der grünen Wiese und große Warenhausketten ist in Süddeutschland weniger ausgeprägt als in Norddeutschland. Der Umsatzrückgang wird durch Konkurrenten aus Italien und Spanien mit recht ordentlicher Produktqualität sowie durch Billigware aus Fernost (China, Korea, Taiwan) zusätzlich verschärft. Laut Ritter verfüge der Kunde in der Regel nicht über die Fachkenntnis, um

*Herr Ritter hat in die Familie eingeheiratet und den Namen seiner Frau angenommen.

minderwertige von hochwertiger Ware zu unterscheiden, und die Händler seien immer weniger in der Lage oder bereiht, ihnen die Qualitätsunterschiede aufzuzeigen. Importe aus China nehmen auch aufgrund der Zusammenarbeit mit Solinger Importeuren beständig zu. Diese Produkte würden - so Ritter - auf dem deutschen Markt zu einem "irren Preis" angeboten. Für das Geld erhielte er nicht einmal das Rohmaterial. Als Absatzgebiet sind die ostdeutschen Bundesländer von untergeordneter Bedeutung. Auf Vermittlung des Industrieverbandes Schneidwaren hat der Betrieb zusammen mit Betrieben anderer Branchen die erste Leipziger Herbstmesse nach der Maueröffnung genutzt, um über die Sondierung des Marktes hinaus sich dort langfristig zu etablieren. Die Geschäftspolitik der Betriebsleitung, dem Einzelhändler vor Ort begreiflich zu machen, daß er keine großen Warenmengen, sondern nur seinem Bedarf entsprechend zu ordern braucht, zahlte sich aus. Die Mehrzahl der damals gewonnenen Kunden, denen damals die Mechanismen der Marktwirtschaft fremd waren, halten dem Betrieb die Treue. Aufgrund der wirtschaftlichen Situation im Osten werden aber selten Aufträge mit einem Wert von über 1.000 DM abgewickelt.

Der Betrieb verfügt über ein Lager, das aus der Produktion fortlaufend versorgt wird. Im Gegensatz zu Böker enthält es weitgehend Endprodukte, darunter rund 2.000 verschiedene Varianten von Messern. Nach einem Baukastensystem können nahezu alle Einzelteile eines Messers in unterschiedlichen Ausführungen zu einem Endprodukt zusammengesetzt werden. Dieses Prinzip wurde und wird auch von anderen Solinger Taschenmesserherstellern angewandt. Dadurch ist es möglich, ohne Mehraufwand kleine Sonderserien aufzulegen. Bei feststehenden Messern fertigt Ritter Serien in einer Größe von 150-300 Stück, bei klappbaren Messern kann eine Serie auf 60 Stück begrenzt sein.¹ Zum Service gehört, daß alle aus eigener Fertigung stammende Messer "lebenslang" aufgearbeitet oder repariert werden. Materialfehler bereinigt Ritter innerhalb eines langen, nicht näher eingegrenzten Zeitraumes ohne Kostenberechnung. Dies hängt aber auch vom Zustand des Messers ab. Ungepflegte, "mißhandelte" Messer werden nur gegen Bezahlung aufgearbeitet oder repariert. Neben den eigenen Produkten hat der Betrieb auch Handelsartikel aus dem Ausland in seinem Sortiment, die nicht als Hubertusware gekennzeichnet sind.

Bisher wurde einmal in den 70er Jahren beim Bundespatentamt der Gebrauchsmusterschutz für eine Produktinnovation beantragt.² Der Antrag bezog sich auf ein zerlegbares Taschenmesser, das als Picknick- und Eßbesteckmesser vertrieben wurde. Demnächst soll eine weitere Innovation geschützt werden, deren Markteinführung bevorsteht. Es handelt sich um ein Messer für den Rettungseinsatz, das als Spring- und Taschenmesser konzipiert ist. Entsprechende Anfragen aus dem Kreis von Feuerwehrspezialisten, die seit Mitte 1996 bei Ritter eingingen, hatten zur Entwicklung des Messers geführt. Die Vorgaben lauteten: leichte, stabile und kompakte Ausführung, Vermeidung unbeabsichtigter Stichverletzungen, etwa während eines Rettungseinsatzes, leichtes Öffnen der Klinge mit einer Hand, die einen

¹Bis auf Hirschhorn für die Beschalung wird die Rohware aus Solingen bezogen. Auch werden mit einer Ausnahme die Klingen vor Ort geschmiedet und gestanzt.

²Der Gebrauchsmusterschutz kann jährlich bis auf insgesamt zehn Jahre verlängert werden. Der Schutz gilt zunächst für Deutschland und läßt sich auf Europa ausweiten. Das Patent hingegen schützt ein Produkt weltweit, es kostet dafür aber auch erheblich mehr: bei einem mittelgroßen Klappmesser etwa 50.000 DM (Auskunft Herr Ritter).

Schutzhandschuh trägt. Das Neue an dem Messer ist die Kombination aus abgestumpfter Klingenspitze und scharf ausgeschliffenem Reißhaken zum Durchtrennen von Seilen, der gegenüber der Klingenspitze angebracht ist und nicht wie bei ähnlichen Messertypen der Konkurrenz am Klängenrücken. Der Benutzer muß das Messer nicht mehr umdrehen, wenn er das andere Funktionsmerkmal gebrauchen will. Das Messer soll auch Privatleuten angeboten werden, die Freizeitsport betreiben (Segler, Drachenflieger, Fallschirmspringer).

Bei Kuno Ritter hat die Kooperation mit Solinger Mitbewerbern Tradition. Kurz nach Kriegsende produzierte Ritter Fahrtenmesser, die das Markenzeichen der Firma Weltersbach erhielten. Im Gegenzug fertigte Weltersbach Jagdmesser mit dem Ritter-Enblem. Die Zusammenarbeit endete mit der Übernahme der Firma Gräfrath durch Ritter. Gegenwärtig arbeitet der Betrieb im Bereich der Fertigung mit vier namentlich nicht genannten Solinger Herstellern zusammen, deren Produkte sich nicht mit den eigenen überschneiden, um so für sich Kapazitäten freizuhalten. Ritter vermißt eine Kooperation beim Einkauf der Rohware und bei der Teilefertigung: "Aber da sind sich die beteiligten Firmen immer noch viel zu spinnefeind. Sie sind oftmals auch nicht bereit, sich das anzuhören (die entsprechenden Vorschläge; der Verfasser).

Herr Ritter besitzt eine umfangreiche Bücher- und Aufsatzsammlung zur Taschenmesserindustrie, die auch ausländische Literatur enthält.

Interview mit den Herren Kurt und Achim Gronauer, Teilhaber und Geschäftsführer der Firma Carl August Meis KG/Friedrich Olbertz KG, vom 25. Juni 1997. Gesprächsdauer etwa 1 1/2 Stunden.

1872 gründete Carl August Meis (1846-1917) die gleichnamige Firma in einem kleinen Schieferhaus am Ufergarten 39 in Solingen. In den ersten Jahren wurden Bestecke und Scheren für den deutschen Markt hergestellt. 1888 kam die Taschenmesserproduktion hinzu. 1892 zog der Betrieb in größere an der Schützenstraße 54 gelegene Produktionsräume um. 1903 erwarb Meis ein Grundstück an der Adlerstr. 6, auf dem ein Jahr später ein Fabrikgebäude mit einer Wohnung errichtet wurde. Erst diese Vergrößerung machte eine umfangreiche Taschenmesserproduktion möglich. Nach dem Tod des Firmengründers übernahm sein Sohn Carl Gustav Meis (1876-1937), unterstützt vom Werkmeister Karl Kaufmann, die Leitung. In den Jahren zwischen den beiden Weltkriegen setzte die Leitung die weitere Spezialisierung auf Taschenmesser fort. 1924 trat Carl August Meis (1908-1969) - der Enkel des Firmengründers - nach einer Kaufmannsausbildung in das Familienunternehmen ein. In den Jahren (1940-46) führten seine Ehefrau Lieselotte Meis sowie der langjährige Mitarbeiter Kaufmann die Firma weiter, da Meis eingezogen worden war und nach seiner Rückkehr aus russischer Kriegsgefangenschaft ein Jahr im Krankenhaus verbringen mußte. 1946 beschlagnahmte die Militärregierung die Gebäude an der Adlerstraße und quartierte ehemalige polnische Fremdarbeiter ein. Der Betrieb produzierte in einem an der Luisenstraße gelegenen Ausweichquartier weiter. 1951 erfolgte der Wiedereinzug in die alten zwischenzeitlich renovierten Produktionsräume. Meis entwickelte sich in dieser Zeit zu einem Zulieferer für zahlreiche Solinger Schneidwarenhersteller. 1958 trat Kurt Gronauer in den Betrieb ein. Das Inlandsgeschäft wurde weiter ausgebaut, begann aber allmählich unter den zunehmenden Taschenmesserimporten zu leiden. Daher nahm Meis Verbindung zu Auslandsmärkten auf. 1965 erwarb der Betrieb in der Junkerstraße 36 - dem heutigen Standort - ein Fabrikgebäude mit Wohnung. Auslöser für den Umzug war der Bau der Vichbachtalstraße. Der am neuen Standort bis zum 31. Dezember 1965 noch tätige Taschenmesserhersteller Friedrich Olbertz wurde mit seinem Firmennamen übernommen. Am 1. Januar 1966 begann in den neuen Räumen die erweiterte Produktion mit dem Schwerpunkt Auslandsgeschäft. Der Vertrieb erfolgte unter dem Namen Carl August Meis, im Ausland unter Friedrich Olbertz. Nach dem Tod von Meis im Jahr 1969 wurde der Betrieb in eine Kommanditgesellschaft umgewandelt, mit Kurt Gronauer als Komplementär und Teilhaber. Lieselotte Meis und Doris Bals, geb. Meis, traten als Kommanditisten ein. Frau Meis verstarb 1975.¹

Bis zu dieser personellen Ablösung an der Spitze des Betriebes hatte man sich weitgehend darauf beschränkt, für eine breite Kundschaft die Produkte in einer Mittelqualität herzustellen. Da die in- und auswärtige Konkurrenz bei gleicher oder besserer Qualität durch verstärkten Maschineneinsatz zunehmend kostengünstiger produzierte, drohte das geschäftliche Aus. Durch die Spezialisierung auf den Sammlermarkt, der eine deutliche Anhebung der Produktqualität voraussetzte, wurde die Krise überwunden. Dazu gehörte auch die Aufgabe der kostenintensiven Lagerhaltung. Es wird nur noch auf Bestellung produziert. Der deutsche Markt ist nahezu bedeutungslos geworden, denn Meis/Olbertz erzielt 95 Prozent seines

¹Diese Daten und Informationen sind der in der Einladung zum 125jährigen Firmenjubiläum enthaltenen Kurzchronik des Betriebes entnommen.

Umsatzes in den USA. Über dort ansässige Großhändler beliefert die Firma Sammler, für die das Produkt Taschenmesser als Kunstobjekt und Wertanlage eine ähnliche Bedeutung hat, wie für Europäer Briefmarken und Münzen. Auf den Klingen der Taschenmesser erscheint stets nur der Name der drei amerikanischen Hauptkunden, nie der des Produzenten. Jedoch ist Eingeweihten in den USA der Name Gronauer bekannt. In den letzten 25 Jahren wurden etwa 3.000 unterschiedliche Gebrauchs- und Sammlermesser hergestellt, die sich in Form, Beschalung und Ätzung unterscheiden.² Neben echten Beschalungen aus Perlmutter, Hirschhorn, Knochen und Horn gibt es zahlreiche Taschenmessermodelle mit verschiedenartigen Celluloid- und Kunststoffschalen.³ Ein großer Teil der Messer wird als Jahresmesser in limitierter Auflage hergestellt.⁴ Bei einem Produktionsausstoß von 3.000-4.000 Taschenmessern pro Monat gibt es im Jahr etwa 20-30 Reklamationen. Hauptkonkurrenten in Solingen sind die Firmen Böker und Klaas, in den USA vor allem Case.

Zur Zeit beschäftigt Meis/Olbertz 11 Mitarbeiter im Betrieb - darunter eine Frau, die sich um die Buchhaltung kümmert - des weiteren sechs Heimarbeiter. Die Mitarbeiter sind im Durchschnitt 50 Jahre alt und haben bereits 30 bis 40 Jahre im Betrieb gearbeitet. Aufgrund fehlenden Nachwuchses und aus Kostengründen wird unregelmäßig ausgebildet. Sofern kein Auszubildender vorhanden ist, bemüht sich der Betrieb im Bedarfsfall bei Mitbewerbern um Ersatz, die dann bereitwillig Arbeitskräfte abgeben, wenn diese ohnehin entlassen werden sollen, oder man greift auf das Heimarbeiterpotential zurück. Da sich die Auftragslage von Heimarbeitern der Taschenmesserbranche weiter verschlechtert hat, geben sie im Einzelfall ihre relative Unabhängigkeit gerne zugunsten der Abhängigkeit von einem Betrieb auf. Zwar sind Heimarbeiter meist gut ausgebildete, vor allem erfahrene Kräfte, aber die Mehrzahl von ihnen ist im fortgeschrittenen Alter, so daß diese Form der Personalergänzung nur einen Notbelf darstellt. Im allgemeinen Trend zu kaufmännischen und verwaltungsbezogenen Berufen sowie in der fehlenden Attraktivität der Ausbildung zum Teilezurichter sehen Gronauer sen. und jun. einen wesentlichen Grund für dieses Dilemma, das vor allem die kleinen, hochspezialisierten und ausschließlich handwerklich ausgerichteten Taschenmesserhersteller trifft. Das fehlende Sozialprestige des Teilezurichters ergibt sich aus der Qualität dieser Ausbildung, die von ihrer Dauer, der inhaltlichen Ausrichtung sowie der Vergütung bestimmt wird und keineswegs mit dem nicht mehr angebotenen Lehrberuf des Taschenmesserreiders gleichgesetzt werden kann. Im Gegensatz zum Reider, der in rund vier Jahren Lehrzeit darauf vorbereitet wurde, aus Einzelteilen ein Taschenmesser zu montieren und die Feinarbeiten am Endprodukt auszuführen, liefert der Teilezurichter lediglich halbfertige Ware. Laut Gronauer jun. könne ein Teilezurichter in den vorgegebenen zwei Jahren Ausbildung nicht erlernen, wie ein Taschenmesser zusammengebaut wird. Sie seien bessere Hilfsarbeiter, wer wolle das heute noch werden. Noch könne der Betrieb mit der "alten" Mannschaft 10-15 Jahre leben, dann würde sich der Fachkräftemangel gravierend bemerkbar machen.

²Der Chronik weitgehend entnommen.

³Ebenda.

⁴Ebenda.

Meis/Olbertz kooperiert mit einigen namentlich nicht genannten Betrieben in bescheidener Form.⁵ So hilft man mit Material aus oder läßt einige Teile zuliefern. Eine intensivere Zusammenarbeit, etwa beim Einkauf der Rohware und im Bereich der Teilefertigung, die vor allem für kleinere Betriebe von Vorteil wäre, besteht nicht. Die Sorge überwiegt, vom Partner übervorteilt zu werden. Nach Einschätzung der beiden Geschäftsführer habe diese Haltung in Solingen eine lange Tradition, wie die immer noch ernst gemeinten Warntafeln vor den Produktionsräumen einiger Hersteller zeigten, die "Unbefugten" den Eintritt untersagen würden.

⁵Vgl. das Interview mit Herrn Hartkopf.

Interview mit Herrn Heck, ehemaliger Geschäftsführer des Puma-Werks, vom 5. Juli. Gesprächsdauer etwa 2 Stunden.

Die Geschichte des Puma-Werks geht auf das Jahr 1769 zurück, in dem Johann-Wilhelm Lauterjung das älteste und noch heute gültige Markenzeichen des Werks in die Solinger Messermacherrolle eintragen ließ. Das Zeichen besteht aus einer Raute, in der der Kopf eines Berglöwen (Puma) abgebildet ist. In der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts fertigten die Lauterjungs Stilette, Säbel, Hirschfänger, Haarscheren, Rasiermesser sowie Taschenmesser.¹ Aus der Firma Gebrüder Lauterjung ging nach dem Ersten Weltkrieg das Puma-Werk hervor.² Der zunehmende weltweite Vertrieb der Puma-Erzeugnisse beruhte vor allem auf der Arbeit der Brüder Eugen (1883-1959) und Franz Lauterjung (1888-1976), die insbesondere Rasiermesser, Scheren, Fahrten- und Taschenmesser produzierten. Kurz nach dem Zweiten Weltkrieg änderte Oswald von Frankenberg und Ludwigsdorf, der eine Lauterjung-Tochter geheiratet hatte und in die Firma eingetreten war, die Produktpalette. Als passionierter Hobbyjäger spezialisierte er den Betrieb auf die Herstellung von Jagd-, Angel- und Sportmessern. In den prosperierenden 60er Jahren brachten diese Produkte dem Betrieb Umsätze, die zur stetigen personellen Aufstockung zwangen. In jener Dekade beschäftigte das Puma-Werk etwa 75 Mitarbeiter; Heimarbeiter nicht mitgerechnet. In den 70er Jahren geriet der Export ins Stocken, ausscheidendes Personal wurde durch Neueinstellungen nicht mehr ersetzt. Die 80er Jahre waren zwar von einer ökonomischen Konsolidierung des Betriebes gekennzeichnet, aber die Zahl der Beschäftigten blieb deutlich unter dem Spitzenwert, der in den 60er Jahren erreicht wurde. Mit dem Tod Oswald von Frankenbergs endete faktisch die Ära Lauterjung. Ende der 80er Jahre geriet die Firma in ökonomische Turbulenzen und die Erben wollten sie verkaufen. 1991 wurde Puma schließlich von der Solinger Familie Hindrichs erworben, die keinen familiengeschichtlichen Bezug zur Messerbranche hat. 1989 hatte die Familie bereits die Firma Köller gekauft, die bis Mitte der 80er Jahre auch Taschenmesser produziert und sich danach auf Gartengeräte spezialisiert hat.

Die gegenwärtige Geschäftssituation wird von Heck als problematisch bezeichnet. Das Puma-Werk beschäftigt noch etwa 12 Mitarbeiter in der Produktion, während die Firma Köller grademal drei Arbeiter in der Produktion einsetzt und über zwei Angestellte verfügt. Wegen der reduzierten Mitarbeiterzahl in beiden Firmen und der Absicht, die betrieblichen Fixkosten zu senken, entschloß sich der neue Eigentümer, das Puma-Werk in die nicht mehr genutzten Räume der Firma Köller zu verlegen. Die räumliche Zusammenlegung wurde 1992 abgeschlossen.

Die Belegschaft des Puma-Werks ist überaltert: Von 12 Mitarbeitern sind mindestens acht älter als 50 Jahre. Diese Situation ist, stärker noch als bei Solinger Mitbewerbern, vor allem

¹Kunst im Griff. Die seit 225 Jahren in Solingen ansässige Firma Puma geht auf Innovationskurs, in: Bergische Blätter 2 (1994).

²Nach Herrn Heck soll ein zwischen zwei Lauterjung-Brüdern ausgebrochener Streit Auslöser für die Auflösung der Firma Gebr. Lauterjung gewesen sein. Beide Streithähne hätten daraufhin ihren eigenen Betrieb gegründet: das Puma- und das Tigerwerk.

das Resultat der fehlenden Bereitschaft, junge Leute auszubilden und dabei für den Betrieb zu gewinnen. Als Heck vor seinem Ausscheiden aus der Firma seinem Chef mit Hinweis auf den Altersdurchschnitt der Belegschaft nahelegte, einen Auszubildenden einzustellen, da bald niemand mehr vorhanden sei, der Fachwissen weitergeben könne, habe er ablehnend reagiert und die hohen Kosten der Ausbildung beklagt. Nachdem der Lehrberuf des Taschenmesserreiders zugunsten der verkürzten Ausbildung zum Teilezurichter von der Industrie- und Handelskammer Solingen nicht mehr angeboten wurde, hat das Puma-Werk nur noch Hilfskräfte eingestellt. Erst 1985, 13 Jahre nach dieser Ablösung, bildete das Werk einen Teilezurichter aus.³

Etwa die Hälfte der Taschenmesserproduktion wird exportiert. In den 60er Jahren verteilte sich das Exportgeschäft auf die USA (rund 40 Prozent) und auf die europäischen Nachbarländer, vor allem Frankreich, Italien und England. In den 70er Jahren stieg der Anteil der Ausfuhren in die USA auf 70 Prozent des Gesamtexportes. Aus Sorge vor einer zu starken Abhängigkeit vom USA-Geschäft, verstärkte das Werk seine Absatzaktivitäten in Frankreich. Zum Erstaunen der Geschäftsleitung verkauften sich trotz der Währungsunterschiede zwischen der DM und dem französischen Franc vor allem die besonders hochpreisigen Puma-Messerserien. Während der Absatz von Taschenmessern in den USA keine Probleme bereitete, ließen sich Jagdmesser dort nicht verkaufen. Bis 1992 lief im deutschen Sprachraum der Vertrieb über etwa sieben Vertreter, deren Kundenkreis sich ausschließlich aus Waffengeschäften und Geschäften für Jagdbedarf zusammensetzte. Aus vermeintlichen oder tatsächlichen Rentabilitätsgründen sowie aufgrund des fortgeschrittenen Alters der Vertreter wurde diese Vertriebsform aufgegeben und das Solinger Handelshaus C. Julius Herbartz - einer der größten Sport-Messerverkäufer Europas⁴ - mit dem Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz beauftragt. Während Herbartz in diesen Ländern Puma-Ware vertreibt, hält das Werk im Auslandsgeschäft nach wie vor an seinen Großhändlern fest. Heck bezweifelt, daß sich Herbartz für Puma-Ware so einsetzt, wie es der Hersteller aus naheliegenderem Eigeninteresse bisher getan hat.

Der "Rolls-Royce" der Taschenmesserhersteller⁵ begründete den Ruf seiner Produkte durch eine hohe Produktqualität sowie durch Innovationen bei der Fertigung und im Design.

³Aufgrund der "Verordnung über Aufhebung der Anerkennung von Ausbildungsberufen" vom 10. August 1972 - enthalten im Bundesgesetzblatt - wurde der Beruf des Taschenmesserreiders mit 97 anderen Berufen, wie dem Metall- oder Schokoladenmacher, abgeschafft. Die Politik beabsichtigte, mit der Verordnung diejenigen Ausbildungsberufe zum Nachteil der hiervon betroffenen Branchen fortfallen zu lassen, für die sich nur ein kleiner Kreis von Auszubildenden interessierte. Das Ausbildungsangebot sollte übersichtlicher werden. Auch an den Wegfall der Ausbildung zum Teilezurichter war gedacht, aber die chirurgische Instrumenten-, Taschenmesser- und Scherenindustrie, die nunmehr auf diese Kräfte besonders angewiesen war, setzte sich erfolgreich für den Erhalt dieses Berufes ein: Auskunft der IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid vom 15. Oktober 1997.

⁴In den 70er Jahren war Herbartz selbst noch Hersteller von Messern.

⁵So die Einschätzung von Herrn Henning Ritter.

Während die Konkurrenz Platinen (Erlen) und Backen durch Aufschweißen sowie Auflöten am Messerkörper anbrachte, nahm Puma Anfang der 70er Jahre die Produktion eines Taschenmessers auf, das einen geschmiedeten Messingkörper besaß. Durch das Schmieden entstand eine stabile Einheit. Diese Fertigungstechnik machte Puma bekannt, und in den ersten Jahren nach dem Produktionsanlauf stellte das Werk bis zu 30.000 Stück pro Jahr von diesem Messertyp her. Laut Heck habe sich Puma als erster Solinger Hersteller an neue Stähle herangewagt. Das Werk sei dafür bekannt gewesen, daß es das Anlassen eines neuen Stahls, also das Vergüten und damit das Weichermachen des Materials, um ihm die Spannung zu nehmen und Kerbbrüche zu verhindern, schneller als andere beherrscht habe. Darüber hinaus führte die Firma bei der Montage von Griffschalen sehr früh die Klebtechnik ein und benutzte bald Laserstrahlen und Wasserstrahl zur Bearbeitung von Klingen. Beim Design arbeitete man in den letzten Jahren eng mit dem Wuppertaler Tier- und Jagdmaler Arno Hopp zusammen, der die Griffschalen verschiedener Messerserien mit Miniaturbildern in Scrimshaw-Technik verzierte, bei der mehrere Farbschichten aufgetragen wurden, die dadurch eine große Bildtiefe aufweisen. Diese Innovationen erfolgten vor allem mit Blick auf den technikinteressierten und anspruchsvollen Kunden. Die Erwartung der Geschäftsleitung, über das von ihr gepflegte Image eines innovativen Produzenten die Verkaufszahlen ihrer Hochpreisprodukte deutlich zu steigern, erfüllte sich aber nicht.

Der hohe Anspruch der Geschäftsleitung und der Puma-Werker an die optische und technische Qualität ihrer Erzeugnisse, der bis in die zweite Hälfte der 80er Jahre vom Kunden honoriert wurde, die Puma zum wichtigsten Jagdtaschenmesserhersteller im deutschen Sprachraum machten, verleitete den Betrieb zur Selbstgefälligkeit. "Puma war ne Insel. Wir haben nie jemanden an uns herangelassen. Wir haben uns auch nie nach außen orientiert. Wenn die anderen was machten, hat uns dies überhaupt nicht berührt. Wir haben immer gesagt, wir sitzen oben auf der Spitze, was sich da unten abspielt, interessiert uns nicht." Stellte die Firma fest, daß ein Mitbewerber ein Puma-Messer kopierte und es zum gleichen Preis anbot, wurde das Puma-Fabrikat wenig später zu einem höheren Preis vertrieben, "dies waren wir unserem Namen schuldig."

Die Selbstgefälligkeit lähmte das Bewußtsein für die Kostensituation des Betriebes, der zwar lange Zeit Umsatz machte, aber nur bescheidene Gewinne erwirtschaftete. Laut Heck gelang es ihm zwar seit den 70er Jahren, als er mehr Einfluß bei Puma hatte, die Standardisierung der Einzelteile für ein Messer allmählich voranzubringen, so daß nur noch bis zu fünf Klingen die Plattform für die Messer bildeten, aber die Einführung der Arbeitsteilung konnte er nicht durchsetzen. Das Desinteresse des neuen Inhabers, Geldmangel sowie der Widerstand der alten "Handwerker" im Betrieb, die sich für den gesamten Produktionsprozeß zuständig fühlten, ließen sein Vorhaben scheitern, die Produktionskosten nachhaltig zu senken.

Aufgrund der eigenen Marktstellung kam für das Puma-Werk eine Kooperation mit einem Solinger Mitbewerber nie in Frage. Als sich Anfang der 90er Jahre die wirtschaftliche Situation des Betriebes weiter verschlechterte, da der Markt für hochpreisige Taschenmesser immer enger wurde, hielt sich das Werk nach wie vor an diese alte Solinger "Tradition". Lieber übertrug man 1993 die Endfertigung einem Produzenten in Hongkong, der zu einem Drittel der Fertigungskosten produziert. Aus Qualitätgründen werden die Klingen nach wie vor in Solingen geschmiedet, gehärtet und geschliffen.

Interview mit Frau Wüsthoff¹ von der Firma Carl Wüsthoff KG vom 27. August. Gesprächsdauer etwa 1 Stunde.

Die 1896 von Carl Wüsthoff gegründete gleichnamige Firma wird heute in der vierten Generation von Herrn Karl-Jochen Wüsthoff geleitet. Von Beginn an wurden Taschenmesser hergestellt, die aber nicht mehr den Produktionsschwerpunkt bilden. Der Betrieb hat sich auf die Herstellung von Scheren- und Küchenmessern spezialisiert. Mit der noch vorhandenen kleinen Taschenmesserproduktion werden vor allem der Werbebereich im In- und Ausland sowie einige Industriekunden beliefert, die Spezialtaschenmesser benötigen. Die Ausrichtung der Taschenmesserproduktion von Wüsthoff auf besonders enge Nischenmärkte zeigt sich auch an der zeitweiligen Zusammenarbeit mit einem namentlich nicht genannten Schweizer Hersteller, der hochpreisige Wüsthoff-Messer, die mit Goldschalen versehen waren, zusätzlich mit Edelsteinen besetzte und nach Kuweit verkaufte. Seit rund 20 Jahren läuft die Taschenmesserproduktion in enger Kooperation mit einem italienischen Familienbetrieb, der aus Solinger Rohware die Taschenmesserskelette (Rohform) fertigt, während bei Wüsthoff die Endbearbeitung erfolgt.

Wüsthoff beschäftigt 15 Mitarbeiter, unter denen sich nur noch ein ausgebildeter Taschenmesserreider befindet, der bereits das Rentenalter erreicht hat, aber aus einem Loyalitätsgefühl der Firma gegenüber noch weiter arbeitet. "Er ist für den Betrieb unbezahlbar, wenn der aufhört(...)." Neben den festangestellten Mitarbeitern arbeiten noch zwei Heimarbeiter für die Firma.

Den Kunden wird kein fester Garantierahmen eingeräumt. In der Regel geht man mit Reklamationen kulant um, sofern das reklamierte Produkt nicht "mißhandelt" worden ist. Stets vier bis sechs Wochen nach Auslieferung der Messer überprüft die Firma telefonisch die Zufriedenheit des Käufers.

Neben der Kooperation mit dem italienischen Partner hat es eine enge Zusammenarbeit mit einem namentlich nicht genannten Solinger Hersteller gegeben. Bis auf die Bearbeitung der Griffschalen sowie die Kennzeichnung der Messerklingen stellte er für Wüsthoff Taschenmesser komplett her und machte sie auch versandfertig. Dadurch konnte er die Kunden des Partners und versuchte schließlich, sie für sich zu gewinnen, worauf Wüsthoff die Zusammenarbeit aufkündigte. Trotz dieser Erfahrung ist die Geschäftsleitung zu einer Kooperation mit Solinger Firmen bereit, da für sie nach wie vor die Vorteile, etwa beim Einkauf der Rohware oder bei der gemeinsamen Präsentation auf Messen, überwiegen. So würde Frau Wüsthoff eine Kooperation mit der Firma Hubertus Schneidwarenfabrik besonders begrüßen, da sie einen guten Kontakt zu Herrn Ritter hat.

Weniger in der Betriebspolitik als vielmehr im Fehlen der Nachfolger in den Familienbetrieben sieht sie eine wesentliche Ursache für den Niedergang der Taschenmesser-Branche in Solingen seit dem Zweiten Weltkrieg. Dazu komme die Abhängigkeit ihrer Firma wie

¹Entgegen ihrer Zusage, hat mir Frau Wüsthoff keine Kurzchronik des Betriebes zugesandt.

auch einiger Mitbewerber von wenigen Großkunden, die die Preise diktieren würden. Springe nur einer ab, bedeute dies für manchen aus der Branche das schnelle Aus.

III. Spezifika, Entwicklungen und gegenwärtige Probleme der Branche

In Relation zur chirurgischen Instrumentenindustrie in Solingen und Tuttlingen, die sich bisher als weitgehend krisenfest erwiesen hat,¹ stellt sich die wirtschaftliche Situation der Taschenmesserbranche in Solingen als schwierig dar. Bei der Produktionsentwicklung und im Exportgeschäft muß sie seit Jahren eine rückläufige Entwicklung hinnehmen (Tab. 1 u. 2 im Anhang). Die Einfuhr von Taschenmessern und anderen Klappmessern war lediglich im Zeitraum von 1993 bis 1995 rückläufig, das Importvolumen bewegte sich dabei aber auf einem hohen Niveau (Tab. 3). In den Jahren 1963 bis 1995 lag die Branche bei der Produktionsentwicklung und im Exportgeschäft zum einen deutlich unter den Wachstumsresultaten der gesamten Schneidwarenindustrie, zum anderen mußte sie im Vergleich häufiger Wachstumseinbrüche hinnehmen, die auch noch deutlich stärker ausfielen. Diese Negativbilanz spiegelt sich auch in der Entwicklung der Zahl der Branchenbetriebe wider. Von geschätzten 150 bis 200 Solinger Produzenten,² die zu Beginn der 50er Jahre ausschließlich oder nebenbei Taschenmesser gefertigt haben, sind gegenwärtig nur noch etwa 15 Anbieter übriggeblieben.³

Unter dem Eindruck einer sich nach dem Zweiten Weltkrieg verschärfenden Konkurrenzsituation gestalteten die Solinger Betriebe ihre Produktion allmählich effektiver. Die Arbeitsteilung wurde eingeführt, Einzelteile normiert, Produkte typisiert sowie neue Fertigungsmaschinen installiert und Personal abgebaut. Dennoch blieben diese Anstrengungen weit hinter dem Rationalisierungs- und Modernisierungsniveau beispielsweise des schweizerischen Taschenmesserherstellers Victorinox zurück. Im Gegensatz zu seiner hochtechnisierten Produktion, deren Erzeugnisse im europäischen Raum vor allem in Deutschland vertrieben werden,⁴ halten die Solinger bis auf die Firma Richartz und Söhne mit ihrer umfassenden Maschinenfertigung und die Firma Böcker-Baumwerk, die in diesem

¹Siehe den Dokumentationsbericht zur chirurgischen Instrumentenindustrie vom gleichen Verfasser.

²Herr G. Hartkopf geht von 150 Produzenten aus, während Herr Gronauer sen. sogar annimmt, daß nach 1945 in Solingen bis zu 270 Hersteller existiert haben. Er beruft sich dabei auf eine alte Lieferliste der Firma Stahlkrebs, die auch heute noch Taschenmesserproduzenten mit Stählen beliefert.

³Nach Angaben von Herrn Gronauer sen. handelt es sich um die Firmen: Berns/Morsbach; Bierhoff; Heinrich Böker; Fritz Bracht; Gieson und Forsthoff; Friedrich Hartkopf; Paul A. Henckels Nachf.; Hubertus Schneidwarenfabrik-Kuno Ritter; Robert Klaas; Lütters; Meis/Friedrich Olbertz; Puma-Werk, Lauterjung u. Sohn; Gebr. Richartz u. Söhne; Max Weyder. Zum Kreis der Produzenten zählt auch die Firma Wüsthoff. Laut Herrn Henning Ritter haben Paul A. Henckels und Max Weyder die Produktion eingestellt. Letztgenannter Betrieb sei nur noch ein Handelsbetrieb. Die Firma Dovo-Bracht würde neben Maniküre-Artikeln auch einige Taschenmesser und Jagdmesser produzieren.

⁴Manfred Krause u. Jochen Putsch: Schneidwarenindustrie in Europa. Reisen zu den Standorten eines alten Gewerbes, Köln 1994, S. 204.

Kontext eine Mittelrolle einnimmt, an einer eher traditionellen, betont handwerklich ausgerichteten Fertigung fest. Diese Form der Fertigung schließt aber das Bemühen um Produktinnovationen nicht aus, mit denen sich die Solinger Branche nach wie vor im In- und Ausland zu behaupten versucht.

Laut Herrn Heck habe sich in Solingen niemand getraut, der schweizerischen und asiatischen Konkurrenz offensiv zu begegnen. Für den Aderlaß der Solinger Branche, die statt Qualitäts-"Massen"-Ware weitgehend "nur" noch für hochpreisige Nischenmärkte produziert, war und ist ein Bündel von Ursachen verantwortlich. Allein am fehlenden Mut, gegen auswärtige Konkurrenz vorzugehen, hat es nicht gelegen. Vielmehr überschätzten insbesondere in den 60er Jahren Solinger Hersteller die eigene Marktposition gegenüber der außereuropäischen Konkurrenz. Der veränderte Wert des Taschenmessers für den Konsumenten, das früher vor allem Heranwachsenden als Statussymbol galt und mittlerweile von anderen materiellen Symbolen abgelöst worden ist, nahm man zu spät oder gar nicht wahr und versäumte es auch heute, eine speziell auf jüngere Konsumenten ausgerichtete Werbung zu betreiben. Zudem mangelt(e) es den Herstellern allgemein an geschäftlicher Risikobereitschaft, verstärkt durch eine Denkhaltung, die sich zum Teil immer noch zu Lasten moderner und kostengünstiger Produktionsmethoden, modernen Marketings, moderner Werbemethoden und des Kooperationsgedankens in traditionellen Bahnen bewegt. Als problematisch erweist sich ferner die Vernachlässigung der Nachwuchsarbeit, wie auch umgekehrt das marginale Interesse von Berufsanfängern an der Branche, des weiteren die begrenzte Finanzkraft der Firmen, die vor allem auf ihre geringe Größe zurückzuführen ist. Entsprechend der Größenstruktur Solinger Betriebe⁵ handelt es sich bei den Taschenmesserherstellern um kleine bis mittelgroße Familienbetriebe, die zumeist nicht mehr als ein Dutzend feste Mitarbeiter beschäftigen.

Die nahezu fehlende Bereitschaft, Nachwuchs auszubilden und mit Solinger Mitbewerbern zu kooperieren, gefährdet in nicht unerheblichem Maße die Existenz der Mehrzahl der noch vorhandenen Branchenbetriebe. Die verbreitete Weigerung auszubilden, und damit der Verzicht auf das Kreativpotential jüngeren Personals, wird vor allem mit den hohen Kosten begründet, die gerade kleinere Betriebe belasten würden. Als problematisch werden zudem generell die schulischen Leistungen und überhaupt die Leistungsbereitschaft Auszubildender angesehen. Die Ablösung des Berufsbildes Taschenmesserreider durch den weniger qualifizierten Teilezurichter ist ein weiterer Grund für die Zurückhaltung. Lieber behilft man sich mit Notlösungen, indem man Heimarbeiter in den Betrieb aufnimmt, geschultes Personal von Mitbewerbern übernimmt oder überhaupt keine Neueinstellungen vornimmt. Wenn ausgebildet wird, geschieht dies meist in sehr großen Zeitabständen. Der sich durch anstehende altersbedingte personelle Abgänge immer stärker abzeichnende Krätemangel und damit auch der Verlust an handwerklichem Know How, das an Jüngere nicht weitergegeben werden kann, bedroht die Produktion kleiner Taschenmesserhersteller (Meis/Olbertz; Puma-Werk), die aufgrund ihrer traditionellen Fertigungsmethoden auf Fachkräfte angewiesen sind. Die Überalterung von Belegschaften wird aber auch durch die "Nachwuchsarmut"

⁵Laut Strukturatlas der Stadt Solingen entfielen am 27. Mai 1970 auf die Größenklasse mit bis zu neun Beschäftigten 85,1% aller Arbeitsstätten; der Anteil der Größenklassen mit 10-49 Beschäftigten betrug 11,9%. Die restlichen 3% verteilten sich auf die Größenklassen mit 50 und mehr Beschäftigten je Arbeitsstätte: Kapitel 4.23 Betriebsgrößenstruktur.

mitverursacht, die die Spezialberufe der Schneidwarenindustrie insgesamt kennzeichnet, da es diese Berufe außerhalb Solingens in Deutschland kaum gibt.⁶ In den automatisierten Produktionen, die keine besonderen Fähigkeiten und eine mehrjährige Ausbildung voraussetzen, macht sich dieses strukturelle Manko weniger bemerkbar. Der Nachwuchsmangel betrifft aber auch die Ebene der Betriebsleitungen. Ein erheblicher Teil der "aufgegebenen" Taschenmesserfirmen ist nicht wegen betrieblicher Fehlentscheidungen verschwunden, sondern weil die Besitzer kinderlos waren oder der Familiennachwuchs sich beruflich anders entschieden hat.

Die vom Verband der Schneidwarenindustrie vornehmlich in seinen Geschäftsberichten immer wieder erneuerte Aufforderung an die Verbandsmitglieder zu kooperieren, um der qualitativ besser werdenden Konkurrenz aus dem Ausland wirksamer begegnen zu können, wird von den Taschenmesserherstellern kaum zur Kenntnis genommen, geschweige denn umgesetzt. Eine Kooperation zwischen mehreren Betrieben, wie sie von chirurgischen Instrumentenherstellern in Solingen zumindest zeitweise praktiziert worden ist,⁷ die den gemeinsamen Einkauf, die gemeinsame Ausbildung des Nachwuchses, ein gemeinsames Produktionsprogramm und das gemeinsame Festlegen von Preisen und Löhnen beinhaltet, ist in der Taschenmesserbranche derzeit unvorstellbar. Ihre Betriebe, die zusammenarbeiten, bewegen sich deutlich unterhalb eines kooperativen Miteinander. Man tauscht lediglich Einzelteile und Material aus oder läßt beim Mitbewerber bestimmte Messer z. T. komplett fertigen. Diese begrenzte Form der Zusammenarbeit ist zudem meist zeitlich befristet. Im Vergleich zur chirurgischen Instrumentenindustrie ist die Taschenmesserbranche noch weniger bereit, Kooperationsmodelle zu entwickeln und zu realisieren, obgleich die Gesprächspartner in den Interviews dieses Defizit beklagen und die Vorteile einer solchen Zusammenarbeit bestätigen. Lediglich Herr Gronauer sen. bezweifelt die Realisierbarkeit umfassender Kooperationsstrategien für seine Branche, da das Produkt Taschenmesser hierfür nicht geeignet sei. "Das Produkt ist zu klein, der eine baut das so, der andere wiederum so, was für den einen wichtig ist, ist für den anderen unwichtig." Da aber beispielsweise die Firmen Böker, Klaas und Olbertz unabhängig voneinander ein nahezu identisches Taschenmesser fertigen, hält sein Sohn, bezogen auf die Fertigung wenigstens eines Modells eine Kooperationsvariante für denkbar, die die Zuliefererprobleme aller kleineren Firmen löst, indem für sie eine einzige Firma einkauft und die Teile bearbeitet.

Die besonders innerhalb der Solinger Industrie vorhandene Tradition nichtkooperativen Denkens wird bei den Taschenmesserherstellern, abgesehen von persönlichen Animositäten, aus verschiedenen ernstzunehmenden Befürchtungen und Einwänden gespeist:

1. aus der Sorge, ihrem(n) Kooperationspartner(n) angebliche oder tatsächliche Produktionsgeheimnisse preisgeben zu müssen;
2. ökonomische Daten präsentieren zu müssen und damit unter Umständen die reale wirtschaftliche Lage des eigenen Betriebes offenzulegen;

⁶Strukturbericht des Arbeitsamtes Solingen. Stand: Mai 1959: Archiv Rheinisches Industriemuseum, Außenstelle Solingen, Aktenordner J. Putsch.

⁷Siehe den Dokumentationsbericht über diese Industrie, S. 28.

3. von dem (den) Partner(n) abhängig, bestimmt und dabei übervorteilt zu werden.⁸

In den Interviews wurde die "grundsätzliche" Bereitschaft zu kooperieren ausdrücklich betont. Aber die in dieser Frage bisher gezeigte Haltung der Branche, wie auch der Umfang der Befürchtungen und Einwände, sowie der untereinander sicherlich weiter zunehmende Konkurrenzdruck, lassen die Ernsthaftigkeit dieser Erklärungen als zweifelhaft erscheinen. Eher besteht die Bereitschaft, mit einer kostengünstiger arbeitenden ausländischen Firma zu kooperieren, wie das Beispiel Puma-Werk zeigt. Auf diese Weise findet ein Know-How-Transfer zu Lasten der einheimischen Branche statt.

Trotz des "Rückzuges" auf Marktnischen und der sich stetig verbessernden Qualität von Konkurrenzprodukten, auch aus dem außereuropäischen Ausland, bewerten nicht alle Hersteller die Zukunftsaussichten der Branche pessimistisch. Die Herren Hartkopf und Ritter glauben, daß sich die noch vorhandenen wenigen Taschenmesserhersteller in Solingen halten werden. Für Herrn Heck ist aber angesichts der früheren Marktpräsenz der Solinger Branche im In- und Ausland die Besetzung von Marktnischen zu wenig: "(...) das ist nicht das wahre Geschäft". Die Branche scheint mit ihrer erzwungenen Beschränkung auf eine relativ kleine, insgesamt anspruchsvolle Kundenklientel, zu der vor allem der amerikanische Sammlermarkt gehört, jeglichen Ehrgeiz aufgegeben zu haben, Märkte zurückerobern zu wollen. Statt zu agieren, wird reagiert. Da die Mehrzahl der Hersteller nicht (mehr) die ökonomische Substanz hat, um aktiv zu handeln, bliebe für eine solche Vorgehensweise letztlich nur das Kooperieren im größeren Stil zwischen den Solingern. Auf dieser Grundlage wäre es etwa neben einer gemeinsamen Ausbildung von Nachwuchskräften auch möglich, eine auch auf jüngere Konsumentengruppen ausgerichtete optisch ansprechende Produktpalette anzubieten, die von einer zeitgemäßen, wesentlich breiter angelegten Werbung präsentiert wird. Beispiel einer solchen Werbestrategie ist die erfolgreich verlaufende Kampagne der schweizerischen Uhrenindustrie für ihre Flieger- und Swatch-Uhren.

⁸Diese Sorge drückte Herr Hartkopf mit den Worten aus: "Wenn einer meint, er müsse über den anderen bestimmen, was gewisse Firmen ab einer bestimmten Größe tun, lasse ich mir das nicht gefallen. Ich bin nicht darauf angewiesen, ich habe meine Kunden."

IV.1. Tabellen

Tab.1 Klapp- und Taschenmesser,Produktionsentwicklung in tausend DM (ganz Deutschland, Betriebe mit 10 und mehr Beschäftigten bis einschließlich 1976)*

1963	26.973		
1964	28.025	+ 3,9%	
1965	33.986	+ 21,3%	
1966	31.601	- 7,5%	+ 13,0% (Schneidwaren insgesamt)
1967	27.235	- 13,8%	- 4,8%
1968	26.414		
1969	29.561	+ 11,9%	+ 10,9%
1970	30.846		
1971	28.557		
1972	28.598	+ 0,1%	+ 5,1%
1973	30.089	+ 5,2%	+ 11,7%
1974	36.375	+ 20,9%	+ 12,4%
1975	32.027	- 12,0%	- 5,5%
1976	34.558	+ 7,9%	+ 8,5%
1977 ¹	32.828		
1978	36.092		
1979	30.881		
1980	31.344	+ 1,5%	+ 8,1%
1981	32.318	+ 3,1%	+ 0,2%

*Quelle: Geschäftsberichte des Industrieverbandes Schneidwaren und Bestecke e.V., Solingen.

¹Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten, daher kein Vergleich zu 1976 möglich.

1982	27.136 - 16,0%	+ 10,6%
1983	26.785	
1984	28.340 + 6,0%	+ 11,0%
1985	29.751	
1986	26.078	
1987	18.936 - 27,0%	- 3,0%
1988	17.732	
1989	19.495 + 9,9%	+ 6,4%
1990	20.927	
1991	18.783 - 10,3%	+ 4,9%
1992	19.054 + 1,4%	+ 8,0%
1993	15.900 - 16,6%	+ 4,2%
1994	21.846 + 37,4%	+ 8,9%
1994	10.121	(1. Halbjahr)
1995	6.564 - 35,1%	(2. Halbjahr)

Tab.2 Taschenmesser und andere Klappmesser,
Ausfuhr in tausend DM*

1963	15.188		
1964	14.685		
1965	15.653		
1967	16.279	+ 3,9%	+ 4,2% (Ausfuhr insgesamt)
1968	16.423		
1969	18.072	+ 10,0%	+ 7,6%
1970	19.245		
1971	18.532	- 3,7%	- 1,9%
1972	18.371		
1973	20.002	+ 8,9%	+ 15,8%
1974	24.766	+ 23,9%	+ 20,5%
1975	22.154	- 10,5%	- 7,4%
1976	22.815	+ 3,0%	+ 11,8%
1977	26.311		
1978	30.208		
1979	25.921		
1980	25.652	- 1,0%	+ 6,7%
1981	27.432	+ 6,9%	+ 1,6%
1982	27.843	+ 1,0%	+ 10,0%
1983	keine Angaben		
1984	keine Angaben		
1985	32.066		
1986	30.271		

*Quelle: Geschäftsberichte

1987	23.932 - 21,0%	- 5,0%
1988	26.000	
1989	30.135 + 15,9%	+ 9,2%
1990	28.039	
1991	26.435 - 5,7%	+ 9,0%
1992	24.917 - 5,7%	+ 2,2%
1993 ²	23.290 - 6,5%	- 2,6%
1994	29.122	
1995	28.138 - 3,4%	+ 0,2%

²Schätzzahl.

Tab. 3 Taschenmesser und andere Klappmesser,
Einfuhr in tausend DM*

1971	6.106		
1972	7.529		
1973	8.346		
1974	8.974		
1975	11.053		
1976	12.979	+ 17,4%	
1977	17.492	+ 34,8%	+ 18,0% (Einfuhr insgesamt)
1978	21.603		
1979	25.358		
1980	32.995	+ 30,1%	+ 12,7%
1981	35.444	+ 7,5%	+ 0,4%
1982	35.266	- 1,0%	+ 10,0%
1983	keine Angaben		
1984	keine Angaben		
1985	42.653		
1986	47.748		
1987	47.758	+/- 0%	- 3,0%
1988	51.336		
1989	57.896	+ 12,8%	+ 19,0%
1990	63.771		
1991	keine Angaben		
1992	69.321		

*Quelle: Geschäftsberichte

1993 ³	62.200 - 10,3%	- 6,9%
1994	63.854 + 1,2%	+ 16,7%
1995	62.471 - 2,2%	+ 1,4%

³Schätzzahl.

IV. 2. Firmendokumente im Stadtarchiv Solingen

Briefköpfe

Heinrich Böker:

-von 1925

-von 1952, darunter: Niederlassungen in Buenos Aires, Mexiko, Santiago de Chile, New York, Montreal

Friedrich Hartkopf

-Rechnung von 1864 mit Ansicht des Betriebes

Paul A. Henckels

-von 1911

Robert Klaas

-von 1915 und 1922

S. Lauterjung u. Söhne (späteres Puma-Werk)

-von 1910, 1912, 1914

Lütters u. Cie.

-Ansicht aus Adressbuch von 1925

Gebr. Richartz u. Söhne

-von 1925

Photos (Kartei Industriefirmen)

Heinrich Böker: Außenansicht Schützenstr. um 1930, Nr. 1422 (1 Photo)

Robert Klaas: Außenansicht Pfeilstr.; Produktionsstätte, ebenda (3 Photos)

Puma-Werk: Außenansicht Front- und Giebelseite sowie Rückseite, vermutlich aus 60er Jahren, ebenda (2 Photos)

Gebr. Richartz u. Söhne: Außenansicht Fürkerstr. im Sommer 1980; Ablichtung des Sortiments 1968, keine Taschenmesser dabei, ebenda (2 Photos)

Kuno Ritter: Außenansicht Wuppertaler Str. von 1951; Aufnahmen von Produktion, Griffbohrerei und Taschenmesserreiderei von 1953, ebenda (3 Photos)

Anhang:

- Kataloge Klüberwerke
Fa. Ritter 2 best 1 abh. 14
- Firmenchronik
Gebr. Weyersberg
- Prospekt Fa. Friedrichs
Marktlopp
- 4 Fotos Fa. Merckels
Gasdruck
- Prospekt Marktlopp
- Prospekt Fa. Meier