

zubringen, dass das Gehalt seiner Leistung wirklich entspricht, wenn er gewünscht hatte, mehr zu verdienen.

Ebenso ist es gut, alle unbedingt erforderlichen anderen Leistungen sofort anzugeben, z. B. ob Uhrenaufziehen bei der Kundschaft damit verbunden ist. Hier wird besonders in Frage kommen, dass der Gehilfe ohne Gebrechen oder hässliche Hautausschläge ist, ausserdem sich einigermaßen benehmen kann und in Kleidung anständig geht.

Die Frage, ob es sich um eine Dauerstellung oder Saisonstellung handelt, wäre auch sofort im Inserat zu klären, denn für beide ist Meinung vorhanden, nur nicht bei jedem Gehilfen oder Chef, sondern bei dem einen für diese, bei dem anderen für jene. Ebenso wird ein Gehilfe, der nach einer bestimmten Gegend zu kommen wünscht, das mit Vorteil sofort in der Annonce angeben.

Um die Hauptpunkte zu wiederholen, so ist es notwendig, in einem Inserat, gleichviel ob Stellenangebot oder Stellengesuch nicht zu vergessen anzugeben:

- Art des gesuchten oder suchenden Gehilfen (z. B. Uhrmachergehilfe oder Gehäusemacher).
- Verlangte oder vorhandene Fähigkeiten, auch Nebenbranchen (fachlich und kaufmännisch).
- Art der offenen oder verlangten Stellung (I. oder späterer Platz; mit oder ohne Ladentätigkeit und in welchem Grade).
- Alter (bei älteren Gehilfen ob verheiratet oder ledig).

- Gehalt (ob mit oder ohne Station).
- Termin des Antritts.
- Gesundheitszustand.
- Dauerstellung oder Saisonstellung.
- Sprachkenntnisse.

Prinzipale würden gut tun, noch besondere Dienstleistungen in ihrem Inserat zu erwähnen, z. B. Uhrenaufziehen oder anderes, da sie nicht jedermanns Geschmack sind. Gehilfen, die Fachschulbildung besitzen, werden nicht unterlassen, diese herauszustreichen. Aber umgekehrt müssten Gehilfen ohne Werkzeug das sofort in ihrem Inserat angeben, denn der Chef wird voraussetzen, dass Werkzeug vorhanden ist.

Ueberhaupt ist ja anzunehmen, dass jede Partei, wenn sie überhaupt ein ausführliches Inserat schreibt, die eigenen Vorzüge herausheben wird. Aber ebenso müsste sie die Tatsachen, welche nicht bloss Vorzüge bilden, nicht verschweigen, denn das könnte eine Menge unnötigen Schreibens und Wartens verschulden und die Ursache dafür sein, dass andere günstige Angebote unbeachtet bleiben.

Ein ausführliches Inserat zu schreiben, scheint manchem eine zu anstrengende Geistesarbeit zu sein. Sie enthebt ihn aber der vielfach grösseren Geistesanstrengung und Zeitversäumnis, die eine längerer Briefwechsel mit mehreren Leuten nachher erfordert, soll sie zum Ziele führen. Und trotzdem stellt sich diese nachherige Mühe vielleicht als zwecklos heraus, da es erst zu spät gemerkt wird, dass sie am untauglichen Objekt verschwendet wurde.

## Der Uhrmacher und seine Geschäftsdrucksachen.

Von Walter Menger.



Wenn man die Drucksachen beschaut, welche der Uhrmacher verwendet, so wird man in den meisten Fällen auf einen grossen Widerspruch stossen, der darin liegt, dass der Uhrmacher in seinem Gewerbe eine durchweg geschmackvolle prunkende Ware führt, die Ausstattung seiner Briefbogen und sonstigen geschäftlichen Drucksachen aber sehr zu wünschen übrig lässt. Wieviele Uhrmacher besitzen überhaupt Postkarten und Briefbogen mit ihrer Firma? Verhältnismässig nur sehr wenige; ein Teil verzichtet ganz darauf und ein anderer Teil begnügt sich mit der Anbringung eines Gummistempels. Dabei sollte jeder Uhrmacher, auch der kleine Geschäftsmann, es nicht ausser acht lassen, mit seinen Drucksachen, genau wie mit seiner Ware — sauber und würdig vertreten — sich der Öffentlichkeit zu zeigen. Eine Ausgabe für sorgfältig und geschmackvoll hergestellte Geschäftsdrucksachen bedeutet nie eine Verschwendung, sondern wird sich immer belohnt machen.

Wendet sich z. B. ein Uhrmacher an einen Lieferanten, mit dem er bisher noch nicht in Verbindung gestanden hat, und ersucht ihn auf einer gewöhnlichen Postkarte um Zusendung von Preislisten usw., so wird der vorsichtige Lieferant, welcher nur mit Fachleuten zu tun haben will, es nicht unterlassen, sich vorher zu erkundigen, ob der Fragesteller auch wirklich Uhrmacher ist. Durch diese Rückfrage geht aber wertvolle Zeit verloren; ja, es kann dem Uhrmacher ein direkter Schaden erwachsen, wenn er zu einem bestimmten Termine im Besitze der Preisliste und der Kataloge sein musste.

Diese üblen Folgen hat sich aber der Uhrmacher selbst zuzuschreiben, weil er es nicht der Mühe wert hielt, sich eigene Geschäftsdrucksachen zuzulegen. Mancher wird sich nun, wie schon eingangs erwähnt, damit aushelfen, dass er sich einen Firmenstempel anschafft. Aber auch das ist nur ein Notbehelf, zu dem man aus einer falsch angebrachten Sparsamkeit nicht greifen sollte. Abgesehen davon, dass der Stempelabdruck meistens sehr nachlässig und unordentlich erfolgt, drängt eine gedruckte Geschäftspostkarte dem Lieferanten ein ganz anderes Vertrauen auf. Er sagt sich — besonders weil bis heute nur wenige Uhrmacher sie verwenden —, dass der Absender der Karte ein erhöhtes kaufmännisches Gefühl besitzen muss, und dass er Wert darauf legt, zu der Reihe der Kaufleute zu zählen, um nicht

als kleiner Handwerker ohne die heute so notwendige kaufmännische Betätigung abseits vom Wege der Fortschritte zu stehen. Kurz gesagt, der Lieferant gewinnt sofort ein ganz anderes Vertrauen, als wenn die allgewohnte, von der Reichspost gelieferte Geschäftspostkarte ohne Firma eintrifft.

Noch einschneidender in seiner Bedeutung ist aber das Vorhandensein von geschäftlichen Drucksachen im Verkehr mit der Kundschaft. Schon allein in Rücksicht darauf müsste jeder Uhrmacher eigene Postkarten, Briefbogen und Rechnungsformulare besitzen. Macht es auf einen Kunden einen besseren Eindruck, wenn ihm sein Uhrmacher auf einer mit Firma versehenen und hübsch ausgestatteten Karte mitteilt, dass die Reparatur fertig sei, oder wenn er diese Nachricht auf einer einfachen Postkarte erhielt? Und um so fühlbarer wird dieser Eindruck sein, wenn der Empfänger selbst Kaufmann ist. Gehört er sogar zu den angesehenen und bedeutenden Geschäftsleuten des Ortes, der somit sicher selbst grossen Wert auf seine geschäftlichen Drucksachen legt, so wird eine ihm auf diese Art gewordene Mitteilung ihn nicht veranlassen, den Uhrmacher als Kaufmann hoch einzuschätzen. Der Uhrmacher aber, welcher gute Drucksachen in die Welt hinaussendet, trägt auch auf seine Weise dazu bei, dass man den Angehörigen des Uhrmachergewerbes mehr Achtung entgegenbringt. Erst dann, wenn der Uhrmacher beim Publikum nicht mehr als der reine Handwerker angesehen, sondern als ein Kaufmann und Künstler — er ist unbedingt das letztere in gewissem Sinne — betrachtet wird, dann dürfte auch die Stellung im öffentlichen Leben erreicht werden, nach der die Vertreter des Uhrmachergewerbes schon lange streben.

Mit der Theorie wird aber unseren Lesern nicht allein gedient sein, und deshalb wollen wir heute einige Beispiele bringen, wie Drucksachen ausgeführt sein sollten. Beim Briefbogen ist vor allem das Wichtigste der Kopf. Wie oft hat man sich auf Grund des vornehm gehaltenen, geschickt zusammengestellten Briefkopfes eine Meinung angeeignet, die den Tatsachen nicht entspricht. Oder andere, geschmacklos und ohne Verständnis abgefasste Briefköpfe haben ein abfälliges Urteil geschaffen, das in keiner Weise zutrifft. Man hat hieraus die Lehre zu ziehen, bei der Ausarbeitung seiner Briefbogen bedachtsam zu sein. Text und typographische Ausstattung müssen keine Einwendungen zu-