Wir wollen glauben, dass die Uhrmacher, die die Ingersoll-Uhren jetzt noch einführen, nicht „kurzsichtig" sind — weitsichtig sind sie ganz gewiss nicht. Ein grosser Teil hat an die früheren Versprechen der Ingersoll, ihre Uhren nur an Uhrmacher liefern zu wollen, eben geglaubt, was dem ehrlichen deutschen Uhrmacher ein gutes Zeugnis ausstellt. Wenn die Vertreter der Firma „Nicht-Amerikaner" sind, so wundern wir uns um so mehr, dass sie den deutschen Markt so wenig kannten, sonst hätten sie wissen müssen, dass eine Uhr, die in der „Zeitschrift für Waren- und Kaufhäuser" als „die ideale Taschenuhr für Warenhäuser" inseriert wird, keine Uhr für den Uhrmacher ist. Eigene Läden mag die Ingersoll nicht haben, wie wir aber in der gleichen Zeitschrift lesen, werden „grosse wirkungsvolle Schaufenster-Ausstellungen" mit Ingersoll-Uhren verliehen, und zwar wohl hauptsächlich an Warenhäuser. Was also kann die Ingersoll mit ihrer „Berichtigung" anderes sagen als das eine, was auch wir nach wie vor behaupten:

Die Ingersoll-Uhren eignen sich nicht für den Uhrmacher, wir glauben auch kaum für Warenhäuser und andere „einschlägige Geschäfte"!

Einzahlung der Beiträge. Wir bitten die Vereine und Innungen, die bisher ihre Beiträge für 1913 noch nicht gezahlt haben, dieses möglichst umgehend zu tun. Der Beitrag beträgt laut Beschluss des Verbandstages für das Jahr 1913 für die ersten 60 Mitglieder je 1 Mk. und für jedes weitere Mitglied 40 Pf. Die Beiträge sind auf unser Postscheckkonto in Leipzig, Nr. 13953, einzuzahlen.

Unsere Ansichtskarten und Verbandsabzeichen. Anlässlich der bevorstehenden Tagungen unserer Unterverbände machen wir darauf aufmerksam, dass der Verband besondere Ansichtskarten in Dreifarbendruck vorrätig hat. Die Karten eignen sich besonders dazu, vom Verbandstag Freunden und Bekannten einen Gruss zu senden. Wir bitten die Vorstände der Unterverbände, für ihre Tagungen einen genügenden Vorrat bei uns zu bestellen.

Gleichzeitig machen wir alle Kollegen darauf aufmerksam, dass es praktisch ist, für den Verbandstag unser Verbandsabzeichen anzustecken, da sich daran die Kollegen erkennen können. Schon auf der Eisenbahn treffen gewöhnlich mehrere Kollegen zusammen, die sofort in nähere Unterhaltung kommen, wenn sie sich gegenseitig durch das Verbandsabzeichen als Kollegen erkennen. Das Verbandsabzeichen kostet in sehr schöner Ausführung 75 Pf. und ist durch uns oder durch die Vereinsvorsitzenden zu bekommen. Bei der Bestellung durch uns ist das Porto beizufügen.

Im Sommer soll die Aufklärungsarbeit des Uhrmachers nicht ruhen. Es ist falsch, zu meinen, wenn das Publikum kurz vor Weihnachten darauf hingewiesen wird, Uhren nur beim Fachmann zu kaufen, so genüge das; nein, diese Aufklärungsarbeit muss im ganzen Jahre fortgesetzt werden. Wir empfehlen allen Kollegen dringend, ständig unser Einwickelpapier mit den Texten „Aufklärung für das Publikum" und „Wie kauft und behandelt man eine Taschenuhr" zu benutzen. 1000 Bogen kosten nur 4 Mk., dazu kommt 50 Pf. Porto. Mit Firma bedruckt, kosten 1000 Bogen 10 Mk., 2000 Bogen 16 Mk., 5000 Bogen 28 Mk. Dazu kommt dann noch Porto oder Fracht. Bestellungen sind an die Geschäftsstelle zu richten.

Die Schilder: „Reparaturen werden nur gegen bar abgegeben", sind nunmehr fertig und die schon vorliegenden Bestellungen ausgeführt. Die Schilder sind in zwei Grössen zu haben; die kleineren 8×32 cm kosten 50 Pf. das Stück und die grösseren 13×25 cm kosten 60 Pf. das Stück. Dazu kommt noch das Porto. Es empfiehlt sich, die Schilder gemeinsam durch die Vereinigung zu beziehen. Bestellungen erbitten wir an unsere Geschäftsstelle Halle a. S., Mühlweg 19.

Mit kollegialen Grüssen

Der Vorstand des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher-Innungen und -Vereine, E. V.

Aug. Heckel, Vorsitzender.

Habe Zeit für deine Kunden!

Unter den selbständigen Uhrmachern gibt es verschiedene Abarten. Nicht nur zwischen Laden- und Reparaturgeschäften liegt eine tiefe Kluft, auch innerhalb der Ladengeschäfte selbst gibt es verschiedene Schattierungen, die sich im wesentlichen in der Auffassung von der Art, Geschäfte machen zu wollen, unterscheiden. Die extremsten derselben charakterisieren sich dadurch, dass die eine mit aller Kraft darauf aus ist, Ware zu verkaufen und die Reparatur als notwendiges Uebel betrachtet, während die Vertreter der anderen ihre Gedanken nur auf die Ausführung recht vieler Reparaturen haben und den Verkauf einer Uhr als eine seltene Art Gottesfügung mit Erstaunen ansehen. Dazwischen pendeln allerdings eine ganze Menge anderer Spielarten, die von beiden mehr oder minder etwas an sich haben. Unbestreitbare Tatsache ist jedoch, dass ihre grosse Ueberzahl sich mehr dem zweiten Extrem nähert, das heisst, dass es mehr Uhrmacher gibt, welche dem Reparaturgeschäft grössere Wichtigkeit beimessen, als dem Verkaufsgeschäft, wenn sie es auch nicht zugeben wollen. Ob und wieviel von jedem dieser Standpunkte richtig ist, mag der Beurteilung des einzelnen, der ihn einnimmt, überlassen bleiben, denn sicher ist es, dass sich für die Führung eines Uhrmachergeschäfts keine feste Schablone formen lässt. Die Verhältnisse, welche in jedem Ort und in jeder Geschäftslage andere sind, werden selbst die festesten und überlegtesten Grundsätze beeinflussen. Das ist schliesslich gar nicht schlimm, denn die Grundsätze sind doch nicht um ihrer selbst willen da, sondern weil sie, wie man glaubt, die besten Richtlinien für den geschäftlichen Erfolg bilden. Wenn es deshalb notwendig ist, sie zu ändern, so ist das nur ein Beweis dafür, dass sie auf falschen Voraussetzungen begründet sind. Vielleicht waren sie in den Verhältnissen richtig, die der Uhrmacher an anderen Orten oder mit anderer Kundschaft kennen gelernt hat, vielleicht waren sie auch rein theoretisch, und die Praxis muss sie erst so abrunden und ausgleichen, dass sie brauchbar sind.

Doch sollte niemals vergessen werden, dass ein Laden sich aus dem Verkaufsgeschäft bezahlt machen muss, denn das Reparaturgeschäft kann ihn nicht ertragen. Ein Laden bedeutet ja nicht die Miete allein, sondern auch alle Spesen, die mit ihm zusammenhängen, wie Lichtspesen, Einrichtungskosten, Schaufenstereinrichtung usw., auch nicht zuletzt die Kosten für seine Wartung und die Instandhaltung der Waren, denn die dafür notwendige Zeit könnte in anderer Art nutzbringend verwertet werden. Das alles muss im Laden durch Verkauf verdient werden, denn im Grunde genommen ist dieser ganze Aufwand doch nur für den Verkauf gemacht. Ist der Verdienst am Verkauf so gering, dass ein Teil dieses Spesenaufwandes aus dem Ertrage des Reparaturgeschäfts mit bezahlt werden müsste, so würde der Laden eine grosse Last bedeuten, die nicht schnell genug abgeschüttelt werden könnte. Wie die Beispiele zeigen, hat schon mancher Uhrmacher aus seiner Lage diese Konsequenz gezogen, während mancher andere auf den Laden nicht verzichten will, weil er glaubt, ihn für sein Reparaturgeschäft nötig zu haben, oder weil er als Inhaber eines Ladens, ganz ohne Zweifel, eine bessere Rolle in der Geschäftswelt spielt, als ohne einen solchen.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318544717-19130100/186