Finger zu geben, wo er befürchten muss, es koste ihm die ganze Hand. Ebenso wie es richtig ist, dass auf die Dauer nur der Tüchtige Glück hat, ist es umgekehrt richtig, dass derjenige, der auf die Dauer Glück hat, gegenüber dem mit dem Eintagserfolge der tüchtigere Reisende ist. Das nur so nebenbei als allgemeine Bemerkung.

Wenn von den Beziehungen zwischen Uhrmacher und Reisenden gesprochen werden soll, so lässt sich das natürlich nicht tun, wenn die vielen einmal und nie wieder kommenden Reisenden oder solche von Grund aus kranken Firmen (sowohl an Geschäftsmoral oder auch an den Finanzen), oder solche Jünglinge, die noch in der Entwicklung sind und auf jeder Reise ein anderes, manchmal kurioses Stadium der Reife zur Schau tragen, einbezogen werden, sondern es kann sich nur um Leute mit obengenannten Qualitäten, Erfahrung, gründlicher Warenkenntnis und guter Lebensart handeln, die von soliden Firmen mit solider Grundlage, und selbst in guten Verhältnissen, mit gewisser Lebensreife und Allgemeinbildung, in die Welt gesandt werden, um sie würdig zu vertreten.

Solche Reisende werden sich bei unserer Uhrmacherkundschaft nicht zu beklagen haben, denn wo sie verkaufen, sind sie meistens gut Freund mit ihren Kunden, und dort, wo sie nicht verkaufen, doch ein guter Bekannter, ohne jede unangenehme Erinnerung persönlicher Art.

Kommt einmal eine unangenehme Begegnung vor, so ist es wohl der junge Nachfolger eines alten Geschäftsfreundes oder sonst ein Neuetablierter, der die Welt auf seine Art erstürmen will und meint, der erste Weg dazu sei, die Lieferanten gehörig anzuschnauzen. Dass auch er einst sachte gehen wird, bleibt oft der einzige vorläufige, aber auch gewisse Trost. In Abwesenheit des Chefs zeigen sich manchmal die Frauen von ihrer unliebenswürdigsten Seite; das gilt schon für den bekannten Reisenden, noch mehr aber dem unbekannten. Manche Frauen scheinen den Reisenden für eine Art Stiefelputzer zu halten; jedenfalls erlauben sie sich abweisende Redensarten, die sie in dieser Impertinenz ihrem Dienstmädchen nicht zu bieten wagen würden. Es ist immer ein schlechtes Zeichen für die genossene Erziehung, wenn die schlechte Laune an anderen ausgelassen wird. Manche Reisende finden dafür eine treffende Antwort, andere, mit überlegenerer Bildung, sagen nichts, denken sich ihr Teil und bedauern den Mann und die Kinder. Das ist das vernünftigste, denn solche Erziehungsfehler lassen sich nachträglich nur selten und mit grossen Opfern aller Art ausmerzen, was nicht des Reisenden Aufgabe sein kann. Es handelt sich aber um eine unrühmliche Ausnahme, was besonders betont werden soll, um die grosse Mehrzahl wahrhaft netter und liebenswürdiger Kundengattinnen nicht etwa unnötig zu erregen.

Erwachsene Söhne und Töchter, einerlei, ob sie enger mit dem Geschäftsbetrieb verbunden sind oder nicht, haben, wenn sie den Reisenden nicht kennen und er sonst nicht herausfordernd auftritt, ein korrektes, reserviertes, aber höfliches Benehmen, so dass mit ihnen keine Konflikte entstehen können. Ausnahmen gibt es freilich auch hier, aber sie sind selten; vielleicht, weil diese Personen oft selbst im Erwerbsleben stehen und noch Werdende sind, so dass sie wissen, wie weh es tut, wenn dem Schaffenden, gleichviel welcher Art, Knüppel zwischen die Beine geworfen werden.

Bei manchem mag wohl der Irrtum vorwalten, der Reisende habe ein angenehmes, faules Leben. Ei weh! würden die sich wundern, wenn sie einen solchen Posten hätten! Die moderne Hast des Geschäftes, die ganze Unruhe unseres neuzeitlichen Lebens spielt sich auch in der Tätigkeit des Reisenden ab, der, wenn er etwa gar an einem Tage mehrere Plätze besucht und seine Mustertasche selbst trägt, am Abend, körperlich und geistig abgewirtschaftet, froh ist, zeitig die müden Glieder ausstrecken zu können. Also Neid braucht bei der Art, die Reisenden zu behandeln, keine Rolle zu spielen; wahrhaftig nicht!

Erfahrene Uhrmacher wissen ganz genau, dass sie einen Fehler machen, wenn sie einen Reisenden, mit dem sie geschäftlich verkehren, nach oder während des geschäftlichen Teiles, nicht in ein Gespräch über alle möglichen Dinge verwickeln, denn der Reisende, welcher kreuz und quer durch das Land fährt und mit Geschäftsleuten aller Art zusammenkommt, bietet ungleich mehr Gelegenheit, von ihm zu gewinnen, als irgend eine andere Person aus der Nachbarschaft oder Kundschaft. Eben weil sie erfahrene Uhrmacher sind, wissen sie, dass es noch viel zu erfahren gibt. Nun gibt es verschiedene Methoden dafür. Die einen fragen, etwa wie ein Detektiv, nicht nach dem, was sie wissen wollen, sondern sie wollen schlau sein und fragen hinten herum. So schaffen sie sich für ihre Meinung eine Art indirekten Beweis, während sie es so einfach hätten, direkt zu fragen. Andere wollen den Reisenden abhören, wie ein Schulmeister seine Jungen, womöglich noch dazu über die Nachbarkonkurrenz. Dumm, wie wir Reisende gewöhnlich sind, merken wir das aber nicht, sondern fallen direkt darauf herein und erzählen haarklein bei dem einen Kunden jede Einzelheit von dem anderen, und umgekehrt, damit wir das nächste Mal überall hinausfliegen.

Also diese Rechnung ist falsch, und besonders nobel ist sie auch nicht. Wer etwas wissen will, soll gerade und ehrlich fragen, und er wird eine ebensolche Antwort erhalten — oder auch keine, je nachdem es der Antwortgeber für angebracht erachtet, seine Meinung zu diesem Gegenstande zu äussern. In jedem Falle wird sie wahrhaft sein, natürlich mit der kleinen Einschränkung, dass kein Reisender etwas sagen wird, was gegen seine oder seiner Firma Interessen geht.

Hat man aber den Boden für ein angenehmes Gespräch neutraler Art betreten, so ist jede Minute kostbar. Dem Reisenden deshalb, weil er abgehalten ist, an anderen Stellen Ware zu verkaufen; dem Uhrmacher aber, weil diese Gesprächsgelegenheit in dieser Art vielleicht für Jahre hinaus nicht wiederkommt.

Angenehmer Zeitvertreib in solchem Falle sind die neuesten Witze oder die Erzählung irgend einer heiteren Begebenheit. Warum denn nicht? Sie sind für den Uhrmacher auch von gewissem Wert, denn er lacht vielleicht einmal gründlich und vergisst für einige Zeit die Kleinlichkeiten des Alltages. Er erinnert sich auch vielleicht bei solcher Unterhaltung gern an eigene ähnliche Erlebnisse und dünkt sich wieder jung und sorgenfrei, wovon ein schwacher Abglanz noch lange Tage auf seinem Wesen liegen wird.

Vielleicht lässt sich aber aus einem solchen Gespräch mehr — ich will nicht sagen Besseres — machen, wenn es mehr auf die ernste, geschäftliche Seite geschoben wird. Auch für die Lehrlinge und Gehilfen, die zuhören, ist es schliesslich besser, wenn das Gespräch z. B. über die eben gekaufte Ware, ihre besonderen Qualitäten und Eigenschaften materieller oder künstlerischer Art, geführt wird. Da gibt es wenigstens Stoff für empfehlende Redensarten beim Verkauf der Ware, die diesen um vieles leichter gestalten werden. Voraussetzung dabei ist freilich, dass der Reisende überhaupt etwas davon weiss. Aber wie in jedem Geschäftszweige, dringen auch in unserem die Fachmänner als Reisende vor, weil es eben notwendiger ist, etwas über die Ware sagen zu können als bloss verbindliche oder witzige Redensarten.

Aber auch auf dem Gebiete der Inneneinrichtung, der Beleuchtung, der Schaufensterdekoration und der Gestaltung der Vorderfront, wird der Rat des Reisenden sehr oft mit Vorteil eingeholt; denn wenn er es nicht weiss, dann weiss es keiner. Jedenfalls erspart sich der Frager eine Menge Auskünfte und Reisen, und manchmal wird er direkt durch eine solche Aussprache auf den richtigen Trichter gebracht.

Auch in der Frage der Gehilfen und Lehrlinge, wie überhaupt des inneren und äusseren Geschäftsbetriebes, wird der Reisende wertvolle Ratschläge geben können; denn er besucht und spricht mit Gerechten und Ungerechten, sieht solche mit erfolgreicher Tätigkeit und solche, die dem Abgrunde zueilen, und erkennt die Ursachen dafür, oder meint wenigstens sie zu erkennen.

Unter dem inneren Geschäftsbetriebe, ist die Art, Ware anzuordnen, sie zu reinigen, zu verkaufen, zu verbuchen und das Geld einzunehmen und festzuhalten, zu verstehen; unter dem äusseren, der ganze Eindruck des Ladens und Schaufensters, der Person des Inhabers und seine schriftliche oder gedruckte Reklame gemeint.

Wenn in früheren Jahrzehnten, als der Reisende seltener kam und wenige die Lieferanten waren, der Besuch eines Reisenden

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318544717-19130100/205