

ihre Verwendung durch entsprechende Beschreibung soweit als möglich erklären.

Ein grosser Prozentsatz aller Verkäufe in jedem Geschäft kommt dadurch zustande, dass der Kunde vorher dieselben oder ähnliche Waren, entweder in demselben oder einem anderen Laden, gesehen hat. Daraus ergibt sich, dass die Ausstellung von Waren einen wunderbaren Einfluss auf die Gedankenrichtung des kaufenden Publikums hat.

Wenn du einen Artikel findest, der nicht so abgehen will als er soll, so versuche es durch Aenderung seines Stand- oder Liegeortes im Lokal. Auch tut ein Wort an die anderen im Laden tätigen Kräfte darin manchmal Wunder.

Zwei Köpfe sind nicht mehr wert als einer, wenn beide nur Knochenköpfe sind. Das Extrapaar von Händen ist wenig wert, wenn nicht das Gehirn, welches die bewegende Kraft liefert, ein aktives ist.

Fliegt die Fachzeitschrift, wenn du dieselbe gelesen hast, in den Papierkorb, oder gibst du sie deinen Angestellten zum Lesen? Eine gute Fachzeitschrift ist für sie so viel wert, wie für dich, und du wirst die Leistungen, die du von ihnen erwartest, nicht bekommen, wenn sie nicht ebenso die Fachzeitschrift lesen, wie du. Grösseres Wissen der Angestellten bedeutet grösseren Profit für dich.

In gewissen Abständen ist es gut, eine bestimmte Ware herauszugreifen und sie ohne alle andere Ware auszustellen, namentlich wenn es sich um eine besonders gute Qualität handelt, die ein anderer Konkurrent zurzeit nicht am Lager hat. Meistens steht für diesen Zweck auch Reklamematerial, wovon erklärende Karten besonders wertvoll sind, zur Verfügung.

Wenn ein Mann mit 20000 Mk. ausgeht und die Hälfte davon in die Erde vergräbt, so befindet er sich gerade in derselben Lage, als ein Mann, der ein Lager in diesem Werte besitzt, welches zur Hälfte ein totes ist. Je mehr ein Mann jede Mark arbeitend hat, und je mehr er alle seine Ware beweglich haben kann, desto erfolgreicher ist er im Geschäft. Wenn ein Geschäftsmann alle seine frische verkäufliche Ware in roten Kästen und den Rest in schwarzen Kästen hätte, so würde er durch den Anblick seiner toten Ware zur Verzweiflung getrieben werden. Aber da er sie nicht sieht, so vergisst er sie.

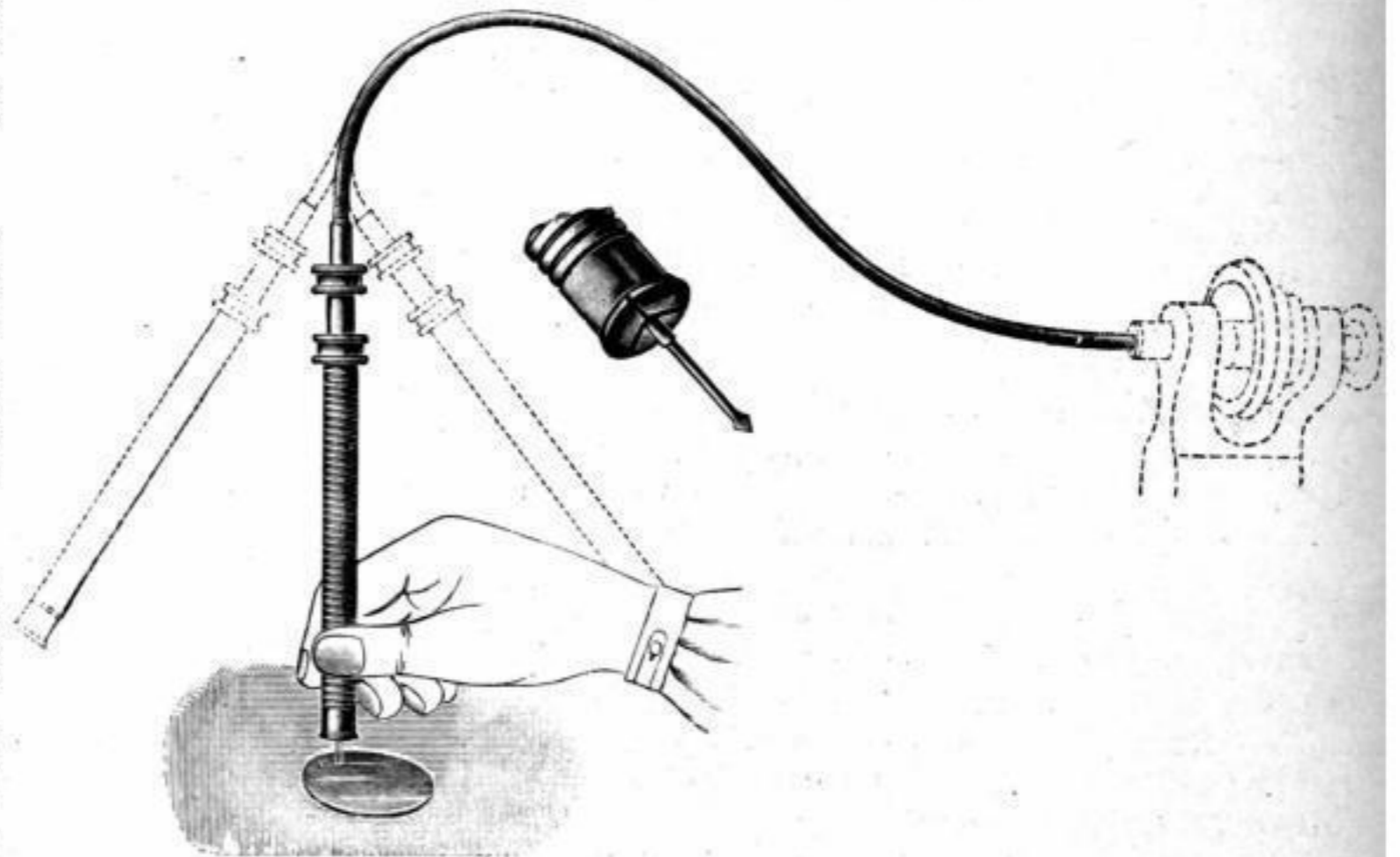
Nichts erhöht den Wert der Front eines Geschäftes mehr als künstlerische Schilder. Umgekehrt zerstört der Geschäftsmann, der, um einige Mark zu sparen, billige und ungeschickt ausgeführte Schilder anbringt, eines der wertvollsten Zugmittel für sein Geschäft, während er von dem wertvollen Raum, den ihm die Front des Ladens bietet, durch Anbringung reicher und schöner, in der bestmöglichen Art und geschicktesten Manier hergestellter Schilder sich eine unübertroffene Zugkraft schaffen könnte, weil kein anderes Mittel lebhaftere Aufmerksamkeit erregt und bessere Resultate erzielt.

Es ist richtig, dass in einer kleinen Stadt weniger Leute an einem Schaufenster vorbeigehen, als in einer grossen. Aber dort sind weniger Schaufenster zu sehen und weniger Dinge, die das Interesse des Vorbeigehenden ablenken, so dass eine Auslage in der Kleinstadt wirksamer sein wird auf die Person, die sie ansieht, als in der Grossstadt. Jeder Geschäftsmann, der die Wirkung seiner Zeitungs- und anderer Reklame mit der Wirkung des Schaufensters vergleicht, wird finden, dass dieses ihn für die gehabte Mühe mehrfach bezahlt. Die Extraausgaben dafür sind unbedeutend.

Der Geschäftsmann, der so bezahlt, dass er seinen Diskont abziehen kann, hat den Vorteil, fast alle Waren zu sehen, die von den verschiedenen Lieferanten gebracht werden, weil sie sich alle bemühen, mit ihm Geschäfte zu machen. Aber wie geht es dem langsam zahlenden Geschäftsmann? Er kauft gewöhnlich alle seine Waren von wenigen Grossisten, und er schuldet ihnen so viel, dass er nicht in der Lage ist, zu kaufen, wo er möchte. Dafür muss er den geforderten Preis bezahlen, was er nicht nötig hätte, wenn er von einigen anderen Firmen kaufen könnte.

### Aus der Werkstatt.

**Handbohrapparat zum Einspannen in den Drehstuhl.** Ein neues Werkzeug, das ganz besonders den mit Optik beschäftigten Kollegen zustatten kommen dürfte, bringt die Firma Ludwig & Fries, Frankfurt a. M., unter obiger Bezeichnung soeben auf den Markt. Der Apparat besteht, wie die Abbildung veranschaulicht, in der Hauptsache aus einem geriffelten Metallheft, in welchem sich eine hohle Bohrspindel befindet, die eine



Amerikanerzange aufweist, die dazu bestimmt ist, den Bohrer aufzunehmen. An der Bohrspindel ist eine biegsame Stahlwelle befestigt, die an ihrem Ende mit einem Ansatz versehen ist, der in den Spindelstock eines Drehstuhles eingespannt zu werden bestimmt ist. Der Umlauf des Spindelstockes bewirkt, dass die biegsame Welle samt Bohrspindel mit Bohrer in Drehung versetzt wird. Die ganze Einrichtung erinnert an die Bohrstühle der Zahnärzte, und es ist zu wundern, dass man nicht schon lange auf den Gedanken gekommen ist, diese gute Idee auch in unserem Beruf sowohl für Bohr- als auch für Fräszwecke in Anwendung zu bringen. Die Einrichtung dürfte sich ganz besonders zum Bohren von Brillengläsern eignen, aber auch sonst für manche anderen, hier nicht alle aufzuzählenden Arbeitsverrichtungen nützlich anzuwenden sein. Der Preis des Apparates ist einschliesslich der Amerikanerzange 6,25 Mk. Da die zu Frankfurter Drehstühlen passenden Amerikanerzangen verwandt werden können, so wird der Apparat, falls ohne Zange gewünscht, um 1,25 Mk. billiger.

### Sprechsaal.

**Zur Gehilfenfrage.** In Nr. 21 äusserte sich Herr Kollege Schmidt und Fritz Neubert-Magdeburg zur Gehilfenfrage, und erlaube ich mir eine kurze Erwiderung. Ich glaube nicht, dass