

Die Zeit, in der für den Uhrmacher das Glück am Werklich blühte, ist längst vorüber! Es ist unbedingt erforderlich, daß man sein Hauptinteresse dem Verkauf widmet. Wohl sind die Reparaturen nicht zu umgehen; aber warum muß denn all und jeder „Scherben“ angenommen werden? Doch nur deshalb, damit der Kunde mit der Uhr nicht zum nächsten Kollegen geht! Mag doch der andere Kollege sich damit herumärgern. Wenn für mich nicht ein ersprießlicher Verdienst dabei herauskommt, dann verzichte ich gern auf das Geschäft. Wer sogenannte Erbstücke oder ähnliche Andenken in Gang gebracht haben will, wird jeden Preis dafür anlegen; liegt ihm aber nichts daran, die alten Stücke zu erhalten, dann wird er sich zum Kauf einer neuen Uhr bestimmen lassen. Das wird um so leichter der Fall sein, wenn er von verschiedenen Fachleuten gehört hat, daß seine Uhr schon zu schlecht sei. Was aber macht's denn aus, wenn ich es nicht gleich fertig bringe, ihm eine neue Uhr zu verkaufen, sondern erst der dritte oder vierte Kollege, den er in Anspruch nimmt? Garnichts, meiner Meinung nach; denn im umgekehrten Falle kann ich ja dieser dritte oder vierte Kollege sein, wenn's dem ersten nicht gelungen ist, dem Kunden eine neue Uhr zu verkaufen.

Das weidliche Schimpfen auf Waren- und Versandhäuser und ähnliche Unternehmungen tut's nicht. Man nehme doch nur einmal deren Geschäftspraktiken unter die Lupe, und man wird finden, daß diese Geschäfte nur das Bestreben kennen, ihren Umsatz von Jahr zu Jahr zu vergrößern, während der Uhrmacher durch sein zu gutes und viel zu vieles Reparieren seinen Umsatz geradezu unterbindet. Oder will mir jemand einreden, daß der Kunde sich nur eine gute Uhr kauft, um sagen zu können, daß er eine gute Uhr in der Tasche habe? So eitel ist im allgemeinen unsere Kundschaft nicht. So lange die ererbte alte Knarre durch die Kunst des Uhrmachers ihren Dienst verrichtet, denkt kein Kunde daran, sich eine neue Uhr zu kaufen.

Ich weiß aus meiner Gehilfenzeit, daß in verschiedenen Geschäften die Arbeit über einen Kamm geschoren wurde. Die Zylinderuhr zum Einkaufswert von sechs Mark wurde eben so behandelt wie ein feines Glashütter oder Genfer Stück. Auch die billigen Zylinderuhren mußten sogar in Lagen reguliert werden. Ist es da ein Wunder, wenn der Kunde auf eine teure Uhr verzichtet, so lange ihm die billige annähernd den gleichen Dienst leistet? Wohl nicht! Es ist daher absolut unangebracht und sogar schädigend für den Umsatz, „aus jedem Esel ein Reilpferd machen“ zu wollen.

Meines Erachtens muß es das Bestreben eines jeden Uhrmachers sein, so wenig wie möglich und so rationell wie möglich (d. h. mit möglichst wenig Zeitverlust) zu reparieren. Uhren aus Waren- und Versandhäusern sollte er überhaupt nicht reparieren, es sei denn, daß er dafür den doppelten oder dreifachen Preis nimmt, um dadurch den Verkauf wenigstens zum größten Teil wieder in seine Hände zu bekommen. Es können ja vielerlei Einwendungen dagegen gemacht werden; auf Grund meiner Erfahrungen aber kann ich versichern, daß in meinem Ort das Verschreiben von Fahrrädern zum Beispiel merklich nachgelassen hat, nachdem wir es ablehnten, derartige Räder zu reparieren. Warum soll das nicht auch für Uhren möglich sein? Zum Schmied oder Bäcker können doch die Leute nicht mit ihren Uhren gehen, sie müssen damit zum Uhrmacher. Diese sind aber nur in beschränkter Zahl an einem Orte. Es wäre doch ein zu trauriges Zeichen von Zersplitterung, wenn es nicht gelänge, diese paar Menschen unter einen Hut zu bringen, zumal es sich dabei nur um ihren eigenen Vorteil handelt.

Natürlich ist dies nicht möglich, so lange ein Uhrmacher dem andern nicht das Salz auf dem Brod gönnt, geschweige noch das Brod, was ja zuweilen namentlich an kleinen Orten vorkommen soll. Es müßte sich jeder klar machen, daß ein jeder

auf dieser Erde daseinsberechtigt ist; „leben und leben lassen“ muß unser oberster Grundsatz sein.

Selbstverständlich hätte jeder sein Möglichstes dazu beizutragen, um Käufer heranzuziehen; z. B. in Form von anständiger Reklame. Das kostet zwar Geld, und der Vorteil liegt nicht immer gleich auf der Hand, aber fest steht es jedenfalls, daß eine geschickt abgefaßte Reklame sich stets bezahlt macht.

Das ganze Versandhauswesen beruht nur auf Reklame. Warum wollen wir da die Hände in den Schoß legen, und die Versandhäuser allein gewähren lassen. Wenn jeder Uhrmacher im Deutschen Reiche oder nur dort, wo die Versandhausgefahr am größten ist, einen Betrag von 30 bis 50 Mark jährlich zu einem Reklamegrundstock zahlt, dann kommt eine sehr anständige Summe (etwa 800 000 Mark) zusammen. Ich bin gewiß, daß die Leitung des Deutschen Uhrmacher-Bundes uns ihre Erfahrung und Hilfe nicht versagen würde, wenn es sich darum handelt, je nach Ort oder Gegend in den gelesenen Tageszeitungen gemeinsame Inserate unterzubringen. Trotzdem müßte aber jeder noch persönliche Reklame machen, vielleicht an die gemeinsame Reklame anschließend. In unserer „papierenen“ Zeit gilt für die Meisten das geschriebene Wort mehr als das gesprochene. Man wende mir nicht ein, so etwas ließe sich nicht machen! Die Verbände anderer Berufe sind durch gemeinsame Arbeit hochgekommen; warum soll es bei uns nicht gehen?

Was nun die Reparaturen anbelangt, so mache jeder nur solche Uhren, an denen er auch wirklich gut verdient. Lieber nur die Hälfte der bisherigen Reparaturen machen und die doppelte Einnahme am Monatsschluß verzeichnen, als umgekehrt. Unter fünf Mark dürfte meines Erachtens überhaupt keine Uhr gemacht werden; bei der heutigen Teuerung ist es wirklich ein leichtes, dem Kunden gegenüber einen derartigen Preis zu rechtfertigen, denn bekanntlich treibt ein Keil den andern. Die seiner Zeit vom Deutschen Uhrmacher-Bund herausgegebenen Reparaturpreislisten müßten durchgesehen und den heutigen Verhältnissen angepaßt werden, damit man sie den Kunden vorhalten kann.

Die Schneider z. B. machen's ja auch so. Ich habe vor einiger Zeit für eine Änderung 7,50 Mark laut Tarif zahlen müssen, die meines Erachtens mit drei Mark reichlich bezahlt gewesen wäre. Man sieht, es geht doch! Nur Einigkeit muß herrschen, und rechnen muß man können! Es ist deshalb auch nötig, daß unser Nachwuchs im Kaufmännischen und in der Uhrmacherei ausgebildet wird.

Es ist absolut falsch, nur danach zu trachten, der Kundschaft gangbare Uhren zu schaffen, die in manchen Fällen eben Versandhausuhren und ähnliches sind. In erster Linie komme ich und nochmals ich! Ich will verdienen, nicht nur um mein Durchkommen zu haben, sondern auch um für mein Alter und für meine Angehörigen sorgen zu können. Dieses muß unbedingt die Richtschnur unseres künftigen Handelns sein, sonst behält derjenige Kollege recht, der in seinem Pessimismus fest davon überzeugt war, daß er dereinst mit dem Gummiball in der Hand in einem hochherrschaftlichen Hause als Pfortner sitzen werde, so wie es heute manche Schuhmacher tun.

Kollegen, wenn diese Äußerung vorläufig auch noch übertrieben scheint, etwas wahres steckt unbedingt darin. Wir müssen uns endlich auf die Hinterbeine stellen und die Einigkeit herbeiführen, die in anderen Berufen so viel Segen gestiftet hat und in dem gegenwärtigen Völkerringen für unser Reich und unsere Verbündeten von so großem Vorteil ist. Was im großen möglich ist, muß im kleinen erst recht möglich sein! Darum reicht Euch zu einmütiger Arbeit die Hand, damit die Uhrmacherei endlich so dastehe, wie sie es auch wirklich verdient!

Emil Engelhard.

