

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,50 RM, unter Streifband 1,85 RM. Für das Ausland (unter Streifband) Jahresbezugspreis 25,— RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.). Bestellungen nur an die Geschäftsstelle erbeten.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend in Berlin C 2, Breite Straße 8—9.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,5 RM).

Postscheck-Konto 2581 Berlin
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Merkur 4660, 4661, 7684, 739.

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

L. Jahrgang

Berlin, 11. September 1926

Nummer 37

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

„Erhebt euch von der Erde, ihr Schläfer, aus der Ruh'...“

Von Dr. Neuzeiter

Herr Dr. Uhris sitzt einsam in seinem „Laboratorium“ und bastelt stillverärgert an einem Schwarzwälder Chronometer herum, das Mucken hat und sie nicht ablegen will. Da kommt die Post, erbleichend erhebt sich der Künstler und öffnet zagend die Umschläge. Was enthalten sie? Rechnungen, Bitten um Zahlung, Mahnungen, geharnischte Drohungen. Die Geschäfte gehen schlecht, manchmal mehr als schlecht, tagelang läßt sich kein Käufer sehen, die Reparaturpreise sind oft nicht mehr hochzuhalten, weil Gevatter Uhrenflicker auch leben will. Was macht man? Nun, man wird sich einfach täglich noch zwei Stunden länger auf die Hosen setzen; man wird versuchen, wöchentlich einige Reparaturen mehr fertigzustellen; man wird seinem Lieferanten schreiben, daß er noch nicht an Begleichung seiner Rechnungen denken könne, da Weihnachten noch nicht vor der Türe stehe; man wird in der nächsten Innungsversammlung seinem Herzen mal gehörig Luft machen und den Vorstand ersuchen, sich endlich einmal energisch für eine bessere Geschäftslage einzusetzen. Dr. Uhris schmunzelt, er hat den rechten Weg gefunden, setzt sich vernünftig an seine Arbeit und macht sogar ein heiteres Gesicht, als die teure Gattin vorsichtig die Tür öffnet, um zu sehen, ob der Wind günstig weht, denn die Wirtschaftskasse bedarf der Unterstützung. Wie dann bald darauf nacheinander einige Leute wie der Gasmann, ein Steuer-Vollziehungsbeamter und der Onkel mit der Lebensversicherungsprämie kommen, die allesamt kein Geld bringen, da fällt die Zuversicht wieder bedeutend, aber der unerwartete Verkauf eines Babyweckers bringt doch noch kurz vor dem Mittagessen den Beweis dafür, daß der liebe Gott keinen braven Deutschen verläßt.

So und ähnlich pendeln in der Brust des ehrlichen kleinen Ladenbesizers und Handwerkers Hoffnung und Verzagen hin und her. Man hofft auf Erlösung von den augenblicklichen schweren Zeiten und — resigniert bis dahin! Ist diese Passivität am Platze? Hat sich der in seiner Existenz bedrohte Uhrmacher, wenn er beispielsweise an Sonntagen seinen obligaten Spaziergang macht und wegen des beispiellosen Auto-

verkehrs die öffentliche Landstraße meiden muß, noch nie gefragt, woher das Heer der Autofahrer in der heutigen Zeit die Mittel für diesen Luxus nimmt? Muß angesichts solcher Tatsachen nicht jeder Geschäftsmann, dem es schlecht geht, bewußt nach den Wegen forschen, die auch bei schlechter Konjunktur augenscheinlich zu einem Erfolge führen, und wenn auch nur zu dem bescheidenen der Existenzhaltung für sich und seine Familie? Man verfolge nur einmal die Tätigkeit eines einzigen, augenfällig erfolgreichen Kaufmannes und analysiere sie — willensschwache und planlose Arbeit wird man ganz gewiß nicht finden. Schon Horaz sagt: „Nichts gab das Leben den Sterblichen ohne große Arbeit“, und nichts kann im Erwerbsleben verhängnisvoller werden als die Resignation, das „Sichgehenlassen“. Leben bedeutet kämpfen, und Gelegenheit zum geschäftlichen Kampfe, sei es mit der Kundschaft zwecks Abschlusses von Geschäften (der vornehmste Kampf), oder sei es mit der Konkurrenz hinsichtlich des geschäftlichen Ansehens nach außen hin (der schwierigste Kampf), gibt es um so mehr, ja, dieser Kampf muß um so intensiver getrieben werden, je ungünstiger die allgemeine Lage ist. Dabei ist vor allen Dingen nicht zu vergessen, daß die Persönlichkeit des Geschäftsinhabers und seiner brauchbaren Angestellten in dem Maße an geschäftlichem Werte gewinnt, wie der Erfolg aller sonstigen Werbemittel (Reklame, Preisabbau usw.) infolge Geldknappheit verliert. Letzten Endes kann nur noch das etwas abgeänderte Wort des Lords Seymour gelten: „Geschäftsinhaber vor die Front!“ In wirtschaftlich schwierigen Zeiten verhilft nur die persönliche Bekanntschaft und eine dauernde persönliche Fühlungnahme mit der Kundschaft zu Geschäftsabschlüssen; das sollte jedem Geschäftsmann als erstes Gesetz gelten! Auch heute noch wird viel Ware verkauft, es kommt aber darauf an, daß man sie selbst absetzt und nicht der Konkurrent.

Je größer die geschäftlichen Nöte werden, desto verhängnisvoller wird daher eine Passivität des Geschäftsinhabers sich auf das Geschäft auswirken. Der Rückgang des Umsatzes muß