

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 19,- RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,- RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str 8

## 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 240,- RM berechnet (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis  $\times$  Multiplikator 1,6 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 Dönhoff 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 43, Jahrgang 55 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 24. Oktober 1931

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Mehr Reparaturen heranholen!

Von Fr. A. Kames

Seit längerer Zeit schon haben wir das altbekannte Schlagwort „Uhrmacher, werde Kaufmann!“ ergänzt durch den Hinweis, daß der Uhrmacher auch Uhrmacher sein müsse, mit anderen Worten, wir haben betont, daß der geschäftliche Erfolg des Uhrmachers sicher von der Pflege der kaufmännischen Tüchtigkeit und Fertigkeit des Uhrmachers abhängig, daß aber in jedem Fall das fachliche Können Voraussetzung sei. Nirgendwo tritt das wirkliche fachliche Können des Uhrmachers für den Kunden so sehr in Erscheinung wie bei der Reparatur. Er hat hier also die beste Gelegenheit, das Vertrauen der Kunden zu erwerben und sie dadurch auch zu Käufern zu machen. In der jetzigen Zeit sollte man aber mehr noch als je zuvor darauf bedacht sein, daß die Reparatur, wenn sie in einer Werkstatt richtig betrieben wird, auch Gewinn bringen und Unkosten mittragen kann, und daß sie vor allen Dingen den Arbeitslohn einbringt, wenn der Geschäftsinhaber selbst am Werkstisch mitarbeitet.

Von wenigen Ausnahmen abgesehen, ist es schon seit Jahren nicht mehr üblich, für die Ausführung von Reparaturarbeiten auch besonders zu werben. Man hat einfach mitgenommen, was an Reparaturen anfiel, war vielleicht noch ungehalten, wenn die Zahl der Reparaturen groß war, und hat sich im übrigen auf das Verkaufsgeschäft konzentriert in dem Glauben, damit wirklich ein Uhrmacherkaufmann zu sein. Ein wirklicher Kaufmann ist aber nur der, der es versteht, alle Möglichkeiten seines Geschäftes auszunutzen. Auch in der Reparaturwerkstatt ist Kapital investiert, das in der einen oder anderen Form Zinsen tragen soll. Ein guter Kaufmann muß sich also die möglichst weitgehende Ausnutzung auch der Reparaturwerkstatt angelegen sein lassen, d. h. er muß für Beschäftigung sorgen.

Die Frage der Reparaturenwerbung hat gerade jetzt noch eine viel höhere Bedeutung als sonst. Der Verkaufsumsatz ist im allgemeinen wesentlich gesunken, die Unkosten aber sind in der Hauptsache geblieben. Man weiß nicht mehr, wie man durchkommen soll. Eine Steigerung der Warenumsätze

will nicht gelingen. Warum besinnt man sich nicht darauf, daß auch mit Reparaturen Geld zu verdienen ist? Da wird vielleicht manch einer sagen: „Ich möchte ja schon ganz gern Reparaturen machen, wenn ich nur welche hätte“. Gerade diesen Unmutigen soll hier einmal gesagt werden, daß auch die Zahl der Reparaturen durch Werbung vermehrt werden kann. Es ist gar kein Zweifel daran, daß sich heute fast in jedem Haushalt eine oder mehrere reparaturbedürftige Uhren befinden. Diese Uhren zur Reparatur nun herauszuholen, muß das eifrige Bemühen jedes Geschäftsinhabers sein, und wenn er wirklich seinen Ehrgeiz darein setzt, so wird ein gewisser Erfolg auch nicht ausbleiben. Hierdurch schafft er sich zunächst und vor allen Dingen einmal wieder mehr Umsatz und damit eine Gewinnmöglichkeit. Er betreibt den Kampf gegen alle möglichen Außenseiter an der Stelle, wo er am wirksamsten ist, indem er durch gute fachliche Leistungen das Vertrauen des Publikums erwirbt, und er bereitet auch damit zukünftige Verkaufsgeschäfte vor. Endlich erfüllt er damit aber auch eine soziale Pflicht, indem er der erschreckend großen Arbeitslosigkeit der Uhrmachergehilfen mit entgegentritt und damit nicht nur diesen ihre fachliche Existenz erhält, sondern auch die dem Gesamtgewerbe aus einer längeren Arbeitslosigkeit der Gehilfen drohenden Schäden mit abwendet.

Oberstes Gebot für erfolgreiches Arbeiten auf dem Gebiete der Reparatur ist natürlich eine vollkommen einwandfreie und zuverlässige Arbeit und mithin eine Ablehnung aller nicht lohnenden Reparaturen. Es wäre sinnlos, den Wecker, der als b-Ware für 2 RM oder nicht viel mehr verkauft wird, auch wieder für 2 RM gründlich reparieren zu wollen, denn damit wäre weder dem Uhrmacher noch dem Kunden gedient. Unlohnende Reparaturen sollten also unter allen Umständen abgelehnt werden.

Wir rufen also auf zu einem neuen Vorstoß zur Wiederausdehnung des Reparaturgeschäftes. Wer mutig und klug an die Aufgabe herangeht, wird Erfolge erzielen!