

viel einheitlicher ist). Aber einige Grundsätze lassen sich immer beachten:

Helle einfarbige Tapeten in gutem Farbenkontrast zu den Möbeln und Uhren. Alle zwei Jahre neu tapezieren. Wanduhren (für Zimmer, Diele, Küche, Büro) gruppenweise anordnen. Zwischen jeder Uhr mehr Abstand als bisher. Nicht immer langweilige Reihenordnung, sondern interessante Gruppierung. Besser eine Serie von oben nach unten als von rechts nach links anordnen. Große Uhren, z. B. Regulateure, kann man nach oben hängen, aber nicht gleich bis an die Decke; alle kleineren Uhren dürfen nicht höher als 2,30 m und nicht tiefer als 0,60 m aufgehängt werden.

Sämtliche Uhren sollten im Gang gezeigt werden; eine geprüfte Uhr erhöht das Vertrauen zum Fachmann.

Uhren öfters austauschen; die Gruppen müssen spätestens alle Jahre einmal ihren Platz wechseln. Ähnlich handhabt man es mit den Glasschränken, Vitrinen und Tischen. Der ganze Raum muß beleuchtet sein, nicht nur der Tisch.

Die Konkurrenz mit anderen Gewerbebezweigen wird immer größer. Nichts darf man unversucht lassen, um einen Kunden zu interessieren. Am besten aber verkauft man Großuhren, wenn man zur Kundschaft geht. Unmöglich darf man es heutzutage untätig mitansehen, daß ein alter Kunde seit einem Jahre nicht mehr im Laden war. Dem Verkaufsgespräch über moderne Uhren müssen Kenntnisse über den neuen Wohnungsstil zugrunde liegen; vielleicht habe ich hierzu durch meine Erläuterungen über den neuen Stil der freudigen, lebensbejahenden Sachlichkeit etwas beigetragen. Die Uhrmacher werden sich auch über die Farbenwirkungen im klaren sein müssen, um gelegentlich von Besuchen in der Wohnung der Kunden über Ausstattungsfragen mitsprechen zu können.

Die Mitarbeit der Uhrmacher wird der neuen Wanduhr den verdienten Erfolg bringen, sie wird neben der Tischuhr und der Hausuhr den heute so notwendigen Verdienst der Einzelhändler erhöhen.

Es lebe die Wanduhr!

Sprechsaal*)

Die Pflege unseres Innungslebens

Zur Belebung der Innungsversammlungen ist schon öfters der Vorschlag gemacht worden, auf die Tagesordnung nicht nur die an sich zwar notwendigen, aber doch nicht gerade fesselnden reinen Innungsangelegenheiten und die für das praktische Leben wichtigen kaufmännischen und fachtechnischen Angelegenheiten zu setzen, sondern auch Vorträge fachwissenschaftlicher wie allgemein bildender Art. Der Geist will Abwechslung haben; die Kollegen wollen bei ihren Zusammenkünften auch noch gern über andere Dinge als solche aus ihrem Berufe unterhalten sein und in ihren geistigen Gesichtskreis immer neue Gebiete einbeziehen. Der Besuch der Innungsversammlung ist vielfach Zwang, und auch in den übrigen Fällen wird er als eine moralische und kollegiale Verpflichtung empfunden. Gerade deswegen aber darf, wenn ein engerer Zusammenschluß der Kollegen erreicht und erhalten werden soll, der Anreiz einer gewissen freudigen Erwartung nicht fehlen.

Ein derartiger Anreiz kann nun darin bestehen, daß die Kollegen nach Erledigung des geschäftlichen Teiles noch eine Zeitlang über die täglichen Sorgen hinausgehoben werden und zwar entweder durch humorvolle oder auch ernste, aber allgemein bildende und die Gesamtheit der Kollegen anziehende Vorträge. Nur auf solche Weise kann ein näherer und herzlicher, geschäftlich wie gesellschaftlich fördernder Verkehr unter den Kollegen angebahnt und aufrecht erhalten werden.

Nur in den seltensten Fällen wird es möglich sein, bezahlte Kräfte für diese Zwecke heranzuziehen. Neben geeigneten Vortragsrednern, die aus unserem Gewerbe nahestehenden Organisationen oder dem Bekanntenkreise einzelner Innungsmitglieder gewonnen werden können, müssen sich auch von den Kollegen

selbst einige dazu bereit finden, den Innungsvorstand in der gekennzeichneten Richtung zu unterstützen.

Religion und Politik müssen dabei grundsätzlich ausgeschlossen werden, denn auf diesen Gebieten scheiden sich die Geister nun einmal so gründlich, daß nach den überall gemachten Erfahrungen eine sachliche oder auch nur eine einigermaßen friedliche Behandlung von Themen dieser Art in Organisationen, in deren eigentlichen Aufgabenkreis sie nicht gehören, nicht als ausreichend gewährleistet erscheint. Es gibt ja aber auch so viele andere Vortrags- und Unterhaltungstoffe, die auf ein allgemeines Interesse rechnen können, daß man nicht in Verlegenheit zu geraten braucht. Ich denke hier besonders an die unserem Berufe so nahe stehende Astronomie, die ebenso interessant für den Kopf wie anziehend für das Gemüt und die Phantasie behandelt werden kann. Welche Fortschritte hat doch diese erhabene Wissenschaft infolge der technischen Entwicklung der Präzisionsuhren gemacht! Was kann man also auch nicht alles von den bedeutenden Meistern unseres Berufes erzählen, die an dieser Entwicklung ihre großen Verdienste haben! Wir brauchen hier nur an Namen wie Graham, Kessels, Phillips, Tiede, Lange und Großmann zu denken, die uns mit Stolz erfüllen und der jungen Generation vielleicht gewisse Ideale wiederbringen können, die in einer nüchternen materiellen Zeit verlorengegangen sind.

Wenn in unseren Innungsversammlungen Themen solcher Art in sachgemäßen und anziehenden Vorträgen behandelt werden, darf man hoffen, daß die Versammlungen nicht nur zahlreicher als jetzt besucht werden, sondern auch in höherem Maße der Kollegialität und dem Zusammenhalten dienen, als es bei der Beratung ausschließlich beruflicher Dinge der Fall ist. S.

Nicht abgeholte Reparaturen und gesenkte Reparaturpreise

Der weitaus größte Teil der Geschäfte unseres Faches hat seit geraumer Zeit schon darüber zu klagen, daß ein erheblicher Teil der reparierten Uhren und Goldwaren nicht abgeholt wird. Dadurch erleiden wir einen doppelten Ausfall in den Einnahmen, denn einmal bekommen wir unsere eigene aufgewandte Arbeitszeit nicht bezahlt, und dann werden uns auch die Barauslagen für die verwendeten Ersatzteile sowie die gezahlten Arbeitslöhne nicht ersetzt. Dieser Ausfall ist um so schwerer zu ertragen, als das Verkaufsgeschäft sehr darniederliegt. Wir müssen daher mit allen Kräften versuchen, das in den nicht abgeholten Reparaturen steckende Kapital zu mobilisieren. Mit den üblichen schriftlichen Aufforderungen an die Kunden, ihre Sachen abzuholen, wird erfahrungsgemäß nicht viel erreicht, und zudem sind uns die Namen und Adressen der Eigentümer nur zum Teil bekannt. Von der Möglichkeit, die Reparaturen vor der gesetzlichen Verfallzeit von dreißig Jahren nach Einhaltung aller möglichen Formvorschriften zur Versteigerung zu bringen und dadurch zu unserem Gelde zu kommen, kann in unserem Gewerbe aus praktischen Gründen nur in den seltensten Fällen Gebrauch gemacht werden. Darauf wurde auch auf der diesjährigen Reichstagung der deutschen Uhrmacher bei der Begründung des Antrages hingewiesen, der Zentralverband möge bei den gesetzgebenden Körperschaften darauf hin-

wirken, daß die Aufbewahrungszeit auf höchstens drei Jahre herabgesetzt werde.

Es gibt jedoch, wie ich meine, noch eine andere Möglichkeit, zu dem gekennzeichneten Ziele zu kommen und obendrein für unser Reparaturgeschäft zu werben. Ich denke mir das folgendermaßen: An gut sichtbarer Stelle im Schaufenster und im Laden bringen wir ein gedrucktes Plakat an, das auf die im Laufe der letzten Jahre mehrfach stark gesenkten Reparatur- und Ersatzteilpreise hinweist und bekanntgibt, daß alle in den vorhergehenden Jahren ausgeführten und noch nicht abgeholten Reparaturen unter Gewährung eines Preisnachlasses von 33 1/2 % ausgehändigt werden. Der Wortlaut dieses Plakates wird zweckmäßig im Einvernehmen mit der zuständigen Innung festgesetzt, vielleicht auch mit dem Zentralverband, wobei ich jedoch darauf hinweisen möchte, daß die ganze Sache nicht durch einen zeitraubenden Instanzenweg allzu sehr in die Länge gezogen werden darf. Sollten sich Kollegen an dem Worte „Preisnachlaß“ stoßen, so könnte man dem Kinde auch einen anderen Namen geben. Ich bin der Meinung, daß dieses Angebot für manchen Kunden verlockend genug sein wird, seine Uhr, sein Schmuckstück usw. abzuholen und den Reparaturpreis zu bezahlen. Wir werden dann die alten Sachen, die uns fortwährend stören und ärgern, endlich los, bekommen Geld in die Kasse und machen gleichzeitig durch den Hinweis auf die billigen Preise eine allgemein wirksame Werbung für unser Reparaturgeschäft.

Heinrich Meyer.

*) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.