

stehende Stempelsteuer durch eine besondere Postkarte oder einen besonderen Brief erfolgen. Würde die Annahmeerklärung durch den Gehilfen auf dem Schreiben selbst erfolgen, so entstände Stempelsteuerpflicht, wenn das Gesamtjahresgehalt mehr als 1500 RM beträgt. Erfolgt die Annahmeerklärung aber gesondert, so besteht keine Stempelsteuerpflicht. Durch dieses Formular ist nun die Möglichkeit geschaffen, Differenzen aus Anstellungs-Verhältnissen zu vermeiden. Wir hoffen, daß davon Gebrauch gemacht werden wird.

Reparaturwerbung im Schaufenster

Da der Warenumsatz infolge der Wirtschaftskrise stark gesunken ist, so kommt dem Reparaturgeschäft in unserem Gewerbe jetzt eine besonders große Bedeutung zu; ist es doch in vielen Fällen allein in der Lage, dem Uhrmacher die Existenz zu erhalten! Aber auch dieser Geschäftszweig ist von der Krise erheblich in Mitleidenschaft gezogen worden, und daher kann auch für ihn eine planmäßige und eindringliche Werbung, die in früheren Zeiten kaum einmal nötig war, nicht mehr entbehrt werden. Besonders wichtig ist es, die Kunden davon zu überzeugen, daß eine Wiederherstellung nicht mehr gangfähiger Uhren, die „Qualitätsarbeit“ genannt zu werden verdient, neben zahlreichen feinen Werkzeugen und Maschinen auch ein hohes fachliches Können des Uhrmachers erfordert, und daß der Wert der Uhr durch die sachgemäße Reparatur erheblich mehr gestiegen ist, als es dem gezahlten Reparaturpreis entspricht. Wie schwierig und bedeutsam diese Aufgabe ist, geht daraus hervor, daß selbst die Inhaber solcher Fachgeschäfte, die seit Jahr und Tag schon ganz bewußt und systematisch ihre Kunden über die Qualität der Uhren und das Wesen der guten Wiederherstellung von Uhren aufzuklären suchen, lebhaft über das Unverständnis des Publikums über alles, was mit der technischen Seite der Uhren in Verbindung steht, klagen. Über Autos, Flugzeuge, Radio, Photoapparate und andere technische Dinge sind die Kunden meist gut unterrichtet, aber von



Werbung für Reparaturen im Schaufenster des Uhrmachers Ewald Hafer, Cammin i. Pom.

Uhren versteht kaum einer etwas! Daß sich dieses Unverständnis für Uhren auch geschäftlich im höchsten Maße nachteilig auswirkt, liegt auf der Hand. Daher gilt es, die Kunden überall dort, wo sich eine passende Gelegenheit dazu bietet, in sachlicher, klarer und für die Laien reizvoller Weise über die Qualität der Uhren und die handwerkliche Uhrmacherarbeit aufzuklären, im Laden und der Werkstatt, im Schaufenster, durch Veröffentlichungen im Textteil der Tagespresse und auch außerhalb der geschäftlichen Betätigung.

Von Zeit zu Zeit sollten die Uhrmacher eine besondere Aufklärungs- und Werbeaktion für Reparaturen im Schaufenster durchführen, da hierdurch auf eine verhältnismäßig große Zahl von Laien tiefgreifender Einfluß genommen werden kann. Ein solches Schaufenster, das von dem Kollegen Ewald Hafer, Cammin i. Pom., geschaffen wurde, geben wir hier in der Abbildung wieder. Die Figur des Uhrmachers an dem vollständig eingerichteten Werkstisch bildet neben dem großen Plakat: „Die Brücke zum Vertrauen die fachmännische Uhren-Reparatur“ einen vorzüglichen Blickfang. Die Raumaufteilung des Schaufensters ist auch so harmonisch und übersichtlich, die Aufklärung sachlich so einleuchtend, daß der angestrebte Zweck zweifellos erreicht wurde. Vortrefflich ist auch der Hinweis auf den beiden kleinen Schildern im Vordergrund links und rechts: „Wie sie in die Werkstatt kamen“ und „Wie sie die Werkstatt verlassen“, zumal sie in einleuchtender Weise durch Beigabe lädiierter und tadellos neu hergerichteter Uhren verdeutlicht werden. Ein in gemütlichem Plaudertone gehaltenes Gedicht, das auf der Innenseite des Drehstuhl-

deckels angebracht ist, lenkt die Beschauer noch näher auf den Uhrmacher hin. Schließlich sei bemerkt, daß unterhalb des großen Plakates je eine Damen- und Herrenuhr in völlig zerlegtem Zustande auf Platten aufgehftet wurden, die an die Betrachter die Frage richten: „Wissen Sie schon, aus wieviel Teilen eine Uhr besteht?“ Wir freuen uns, daß die in Nr. 43 unserer Zeitschrift, Jahrg. 1931, gegebene Anregung bezüglich der Plakattexte sowie auch der Raumaufteilung des Schaufensters hier eine so liebevolle und geschickte Ausführung gefunden hat.

Uhrmacher-Meisterkursus in Berlin. Der vor einiger Zeit angekündigte Vorbereitungskursus für die Meisterprüfung wird am Montag, dem 8. August, 10 Uhr vormittags, beginnen und sich auf sechs aufeinanderfolgende Montage erstrecken. Anmeldungen zum Besuche dieses Kursus werden noch bis 5. August angenommen; sie sind zu richten an die Geschäftsstelle der Freien Uhrmacher-Innung zu Berlin, Berlin C 2, An der Schleuse 10.

Nochmals: Tischuhren und billiger Kaffee. In Nr. 24 d. J. wiesen wir bereits darauf hin, daß das Kaffee-Importgeschäft J. G. Strotthoff & Sohn, Bremen, durch Prospekte im Versandbetrieb Kaffee anbietet, der nicht nur angeblich billiger ist, als er in der angebotenen Qualität anderswo gekauft werden kann, sondern dem auch noch bei der Bestellung von 3 Pfund eine „hübsche Schreibtischuhr in vornehm mahagonipoliertem Gehäuse mit Garantie für guten Gang“ beigefügt wird. Der Wert einer solchen Kaffeeseendung schwankt zwischen 6 und 8,40 RM, und darauf gibt die Firma noch die erwähnte Schreibtischuhr zu! Der seit dem 10. Juni 1932 bestehenden Regelung des Zugabewesens hat man sich durch den einfachen Hinweis auf dem Prospekt angepaßt: „Auf Wunsch statt der Uhr 2,40 RM Vergütung!“ Es kann keinem Zweifel unterliegen, daß in vielen Fällen die Uhr und nicht die Ermäßigung des Kaufpreises gewählt wird, so daß also die Mißstände, die den großen Kampf gegen das Zugabewesen entfesselt haben, zu einem erheblichen Umfange — hier wie bei zahllosen anderen Zugabefirmen — bestehen bleiben. Die von diesen Methoden betroffenen Gewerbetreibenden haben daher alle Veranlassung, auf das völlige Verbot des Zugabewesens zu drängen. Daß die Inhaber von Fachgeschäften die mit ihnen im schwersten Kampf liegenden Warenhäuser, Einheitspreisgeschäfte u. ä. m., zumal dann, wenn sie ihnen unmittelbar Konkurrenz machen, in keiner Weise selbst fördern dürfen, ist eigentlich eine Selbstverständlichkeit. Die Uhrmacher und Juweliere sollten nach Möglichkeit bei der Befriedigung ihrer Bedürfnisse solche Fachgeschäfte in Anspruch nehmen, die — eine Hand wäscht die andere — als Kunden gewonnen werden können oder wenigstens die allgemeine Front, in der wir kämpfen, verstärken.

Die Uhr am Strande. In der Regel wird in Tageszeitungen nicht viel Gescheites über Uhren geschrieben. Jetzt fand sich aber im „Tempo“ ein wirklich sehr guter Hinweis. Wir lassen ihn hier folgen: „Uhrzifferblatt sichtbar, und doch die ganze Uhr geschützt im Sandstrand oder im Heulager. Die schöne Erholung an der See wird häufig durch Ärger ein wenig verleidet, daß die Uhr schlechter geht oder gar stehen bleibt. Ein kleines Sandkörnchen hat sich hineingeschlichen und kann nur durch den Uhrmacher wieder entfernt werden, was immerhin kostspielig ist. Solch einem Schaden kann man aber ausweichen, indem man die Uhr nach dem Aufziehen am Morgen in einen kleinen durchsichtigen Beutel aus Cellophan steckt, der dann sorgfältig zugeklebt wird. Diese kleinen Beutel kosten Bruchteile eines Pfennigs und ersparen Ärger und Geld.“ Für eine Empfehlung in dieser Richtung werden die Kunden dem Uhrmacher dankbar sein, und wenn er dann entsprechende Cellophanbeutel noch obendrein liefern kann, wird von dem Hilfsmittel vielleicht auch Gebrauch gemacht werden. Dem Uhrmacher bleibt Ärger über unerwünschte Reparaturen erspart, und der Kunde sieht, daß er an seinem Uhrmacher einen wirklich guten Berater hat.

Reichstagung der deutschen Uhrmacher in Berlin. Die in Nr. 27 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung vom 2. Juli 1932 veröffentlichten Lichtbilder von Besuchern der diesjährigen Reichstagung der deutschen Uhrmacher stammen, wie nachträglich mitgeteilt sei, von der Firma Welt-Photo-Bericht, Berlin-Neukölln.

Büchertisch

Wie richte ich meine Wohnung ein? Von Dr. Wilhelm Lotz. 370 Abbildungen. Berlin. Verlag Hermann Reckendorf G. m. b. H. Preis geh. 3 RM, in biegsamem Kunstleder 4,20 RM. — Eine der wichtigsten Voraussetzungen für den Uhrmacher, der mit gutem Erfolge Zimmeruhren der verschiedensten Art verkaufen und vor allem auch seinen Absatz an die in ihren Wohnungen modern eingerichteten Kunden steigern will, besteht darin, daß er gute Kenntnisse von den Dingen des Stils und der Mode und nicht zuletzt

*) Die hier besprochenen Bücher können auch vom Verlage der Deutschen Uhrmacher-Zeitung bezogen werden.