

unterdrückt werden soll, leistungsfähig, daß bei ihr zu kaufen vorteilhaft sein muß. Scharenweise läuft es in die Warenhäuser und nimmt kritiklos an, daß dort jeder Preis billig sei. Was hat beispielsweise das Verbot, Uhren im Umherziehen zu verkaufen, für einen praktischen Wert? Offen darf freilich nicht mit Uhren und den anderen verwandten Waren gehandelt werden, versteckt geschieht es aber in ganz ungeheuerem Maßstabe, und die Tatsache, daß es verboten ist, bildet noch einen besonderen Anreiz für das Publikum, auf solchem Wege den Bedarf zu decken. Das Publikum weiß nicht, daß der Handel im Umherziehen verboten ist, weil es in seiner Unkenntnis vor Übervorteilung behütet werden soll. Und wüßte es davon, so würde es nicht an ein solches Motiv glauben, sondern annehmen, daß der kleine Ladeninhaber nur versteckt geschützt werden solle. Es erblickt also in diesem Verbot nur die Beschränkung für sich, billig an Uhren- und Goldwaren zu kommen, und es wird darin durch die zahllosen Hausierer bestärkt, so zwar, daß es bis zur offenen Inanspruchnahme des Hausierers durch das Publikum kommt, was sich ohne weiteres beweist, wenn es sich darum handelt, Zeugen gegen einen solchen Hausierer für eine Strafanzeige ausfindig zu machen.

Dieser Weg, unsere Ware den Waren- und Versandhäusern fernzuhalten oder uns den Kundenzulauf für unsere Artikel zu sichern, ist nicht nur zwecklos, sondern geradezu schädlich. Die Mißerfolge aller in dieser Richtung geleisteten Arbeit müßten darüber doch eine genügend deutliche Sprache reden. Man treibt das Publikum durch derartige Maßnahmen in die Warenhäuser, weil es von den anderen Detailgeschäften den Eindruck gewinnt, daß sie ohne behördlichen Eingriff, mangels genügender Leistungsfähigkeit, durch die Warenhäuser zugrunde gehen müßten. Das Letztere ist dem Publikum einerlei, dagegen geht es ihm über alles, billig zu kaufen.

Also weniger Ängstlichkeit, mehr Sicherheit und mehr Stolz auf die eigene Leistungsfähigkeit und vor allen Dingen: keine Überschätzung dieser Konkurrenz, sondern nur richtige Einschätzung. Die Furcht des Detaillisten vor dem Warenhaus ist diesem von Anfang die beste Reklame gewesen, denn wenn Sachverständige diese Konkurrenz fürchten, also zu erkennen geben, daß sie mehr leisten kann, braucht das Warenhaus wirklich keine weiteren Behauptungen in dieser Hinsicht aufzustellen. Diese unbeabsichtigte Reklame ist aber noch gefährlicher als alle anderen, da sie als Massensuggestion nicht nur äußerst wirkungsvoll, sondern auch fast unauslöschlich ist.

Will man aber der nun einmal vorhandenen Konkurrenz der Warenhäuser und Versandgeschäfte mit Erfolg begegnen — nicht daß man sich an die unmögliche Aufgabe wagt, sie tot machen zu wollen, sondern nur, um sich den angemessenen Anteil am Vertriebe unserer Waren zu erhalten — so genügt natürlich die Unterlassung von Fehlern nicht. Diese Konkurrenz ist tätig, sogar ganz außerordentlich tätig, und es wäre ein neuer, vielleicht der schwerste Fehler, dabei untätig zuzusehen.

Das ist die tiefe Kluft zwischen den Uhrmachern, ganz besonders in den großen Städten, wo es solche gibt, die betriebs ihres Verkaufsgeschäfts ruhig sind, d. h. ihre Reparaturen mit Lust und Fleiß erledigen, im übrigen aber Verkäufe als einen glücklichen Zufall betrachten, und solchen, die tätig sind, d. h. die Reparaturangelegenheiten nicht als Hauptsache und nicht persönlich besorgen und dafür ihr ganzes Gewicht auf den Verkauf legen. Besser lassen sich beide Klassen durch die dafür schon früher gebrauchten Fremdworte passiv und aktiv bezeichnen.

Diese Trennung ist freilich nicht immer eine haarscharfe, denn zwischen den Extremen steckt noch eine sehr große Schicht solcher Uhrmacher, die weder das eine noch das andere allein tun können, sondern die durch Umfang und Lage des Geschäfts genötigt sind, beides zu tun, die aber doch mit Sehnsucht nach dem großen Ziele blicken, ihre ganzen geistigen und körperlichen Kräfte dem Verkauf als dem lohnenderen Teile widmen zu können.

Sie sind aktiv in bezug auf die kaufmännische Seite ihres Geschäfts und sie sind deshalb auch die Uhrmacher bzw. fachlich gebildeten Uhrenhändler der Zukunft. Ihre Fortentwicklung nach der von ihnen ersehnten Richtung ist unaufhaltsam und durch die Verhältnisse begünstigt, und ihre Geschäftsbücher werden ihnen immer wieder die Überzeugung beibringen, auf dem rechten Wege zu sein. Wenn ihre Zahl wächst, wird auch der Uhrmacherstand im ganzen seine Bedeutung als Vermittler zwischen Erzeuger und Verbraucher seiner Waren erhalten oder gar erhöhen.

Erhöhte Aufwendungen, um den Umsatz zu heben, erfordern aber, wenn das Ziel erreicht werden soll, eine ganz anders geartete intensive Tätigkeit, als sie der Uhrmacher der alten Schule kennt; mit seinem einfachen Arbeitsplan ist ein modernes Uhrengeschäft mit großen Handlungskosten nicht möglich.

Die einzelnen Arten der Arbeit erhalten eine ganz andere Bewertung. Wenn dem Uhrmacher älteren Stiles alle Tätigkeit im Schaufenster oder im Laden als eine so ziemlich zwecklose erscheint, während er alle Ausgaben für Licht und Insertion mit schwerem Ärger als hinausgeworfenes Geld betrachtet, bedeutet dem modernen Uhrmacher erstere so viel, daß er in richtiger Erkennung ihres Wertes sie selbst überwacht oder ausführt und alle Sorgfalt darauf verwendet, und die letztgenannten Ausgaben macht er gern, weil er weiß, daß sie gut angelegtes Kapital bedeuten. Die Art seiner Tätigkeit ist auf ein höheres Niveau gebracht, er steht über dem Geschäft und sieht, wozu gefördert werden muß, er steht nicht im Geschäft, wie der Uhrmacher, der von seinem Werkstisch den Blick kaum erhebt und deshalb nicht merkt, wann und warum er überflügelt wird. Die Kraft des modernen selbständigen Uhrmachers ist zu teuer für die Reparatur, sie macht sich besser bezahlt, wenn er sie darauf richtet, seinen Umsatz durch Verkauf zu erhöhen.

Im Laufe eines Jahres treten Aufgaben in sehr verschiedener Gestalt an den modernen Uhrmacher heran, dessen Geschicklichkeit als Dekorateur, Ein- und Verkäufer, Reklamechef, Buchhalter und Korrespondent, und fachlich als Regleur etc. nach allen Seiten die Probe bestehen muß. Hält er sich bei allen diesen Aufgaben nicht an einen gewissen Arbeitsplan, so kann es ihm passieren, daß er das Wichtigste zur rechten Zeit zu tun vergißt. Er hat dann in seiner Geschäftsführung keine Schneidigkeit; das ist ein Fehler, den sowohl seine Angestellten als auch die Kundschaft bald erkennen und zu einer abfälligen Beurteilung seiner Fähigkeiten als Geschäftsleiter benützen werden.

Nehmen wir an, daß noch in den letzten Tagen des Jahres alle Auswahlen, fertige Uhren usw., die nicht mehr in das neue Jahr hinein geschleppt zu werden brauchen, aus dem Hause geschickt worden sind, so wird es die erste Arbeit im neuen Jahre sein, Inventur zu machen, die Bücher abzuschließen und neu vorzutragen. Es ist immer empfehlenswert, diese Arbeiten wenigstens so weit sie geheimer Art sind, allein zu machen. Somit fällt das unangenehme Gefühl weg, fremde Leute in die tiefsten Falten unserer Geschäftsgeheimnisse hineinsehen lassen zu müssen, selbst wenn diese Leute durchaus vertrauenswürdig sind. Also nicht nur Führung, sondern auch Abschluß der Bücher, müßte der moderne Uhrmacher verstehen.

Das Ausschreiben und Hinaussenden der Jahres- oder Quartalsrechnungen ist nunmehr die dringendste Arbeit, wobei der Chef, wenn er die Rechnungen auch nicht immer selbst ausschreiben kann, sie doch genau nachsehen und nachrechnen muß, damit er alle Differenzen, die durch falsch geschriebene oder gerechnete Beträge entstehen könnten, verhindert. Außerdem muß er die Adressen der Umschläge einzeln ansehen, damit Titel und Höflichkeitsanreden jedem Kunden entsprechend richtig geschrieben und angewendet sind.

Nun wird es vielleicht Zeit sein, den Anzeigenetat für des beginnende Jahr festzustellen, denn die Insertion