

jeder Staatsbürger auch, das Recht und außerdem auch die Pflicht gegen sich, seine Familie und den Staat.

Man soll nicht das Schaufenster seines Kollegen nur betrachten, um etwas zu finden, was man unterbieten kann. Man soll lieber den Gegenstand, den man in seiner Auslage zu einem anderen Preise — bedingt durch andere Qualität, aber im gleichen Muster — hat, herausnehmen. Ein Preisunterbietungskampf läßt immer beim Publikum allerhand Schlüsse auf die Charaktereigenschaften der „Kollegen“ zu. Muß das sein? Bisher haben immer die anständigen, ehrlichen Firmen ihre Existenz behauptet, und im zukünftigen Wirtschaftskampfe werden die einigen, festgeschlossenen Berufsgruppen immer voran sein. Wir sind in unserem Zentralverband eine solche, von anderen Seiten lobend anerkannte Berufsgruppe, und jeder einzelne Kollege muß sich als Kollege und tüchtiger Berufsvertreter, als vollwertiges Glied seines Verbandes fühlen.

Den Führern unserer Uhrmachergeschicke soll man Dank zollen für alle gute Taten und Ratschläge. Man soll sie ausführen, andere vorschlagen, wenn man bessere weiß, und sachliche Kritik üben, aber auch Anerkennung nicht versagen. Das schafft Lust und Kraft zu weiterer, von Erfolg gekrönter Führung.

Wir Uhrmacher haben Glück, daß sich so viele um unsere Zukunft kümmern. Die Herren W. Spigley und A. Gruber haben mit ihrem „Besichtigung ohne Kaufzwang gern gestattet“ eine Frage von grundlegender Bedeutung aufgeworfen und behandelt. Die von mir gebrachten Vorschläge für Plakate für Schaufenster und Ladentür werden zur Zeit für viele Kollegen das erste oder einzige Mittel sein. Durch Artikel in der Tagespresse muß in geschickter Weise darauf hingewiesen werden, daß der Käufer das Recht hat, in jedem Geschäft das zu suchen, was er braucht, und es dennoch ohne Kauf ungeniert wieder verlassen kann. Es könnte nun ein Gegensatz mit meinen obigen Vorschlägen, konstruiert werden, den Kunden, falls der gewünschte Gegenstand nicht am Lager ist dienen zu können. Dies ist natürlich nicht der Fall. Den Kunden bedienen zu wollen, muß man deutlich zu erkennen geben, aber dabei jede Aufdringlichkeit vermeiden. Gereiztheit muß, auch wenn der Kunde endgültig verneint, beim Geschäftsmann zu einem unbekanntem Begriffe werden. Eine freundliche Verabschiedung bleibt im Unterbewußtsein des Kunden. Er hat gemerkt, daß man ihm nicht böse ist, weil er jetzt nichts gekauft hat. Er hat aber auch Ware gesehen, die ihm gefiel, und er wird sich später gern des Geschäftes erinnern. Betonen möchte ich, daß der Wert des Schaufensters auf keinen Fall herabgemindert werden darf. Das Schaufenster ist die Hauptwaffe des kleinen Mannes im heutigen Wirtschaftskampfe. Das müssen aber

erst alle Kollegen erkennen und in die Tat umsetzen. Die Warenausstellungen der Berliner Uhrmacher und Juweliere scheinen in der Tat ihren Nutzen gezeigt zu haben, denn für den Herbst 1928 ist wieder eine solche geplant.

Der Qualitätsgedanke muß auf jeden Fall gefördert werden. Nur billiges Zeug in der Welt geht genau so wenig wie nur Qualitätsware. Sind die Vertreter der Woolworth-Idee für billige Einheitspreisartikel, so müssen wir mehr auf Qualitätsware bestehen. Als Fachleute haben wir das nicht schwer und müssen uns unserer Macht bewußt sein. Die Zentra muß Qualität bleiben in bezug auf Werk, Form und Ausführung des Gehäuses, auch wenn letzteres nur aus Weißmetall ist. Dadurch wird sie, und ist es übrigens schon gewesen, die Uhr des einfachen Mannes und der Werk tätigen.

Die nord- und mitteldeutschen, aber auch die süddeutschen Kollegen, die noch Centra-Uhren führen, haben jetzt gegen Fabrikanten und Grossisten im eigensten Interesse eine Pflicht zu erfüllen, indem sie die noch lagernden Centra-Uhren abnehmen. Durch die Vermittlungsstelle des Zentralverbandes wickelt sich auch diese Angelegenheit zur Zufriedenheit aller Beteiligten ab. Die Bereitwilligkeit unserer Lieferanten darf nicht mit schnödem Undank gelohnt werden. Wir sind alle Fachgenossen. Das auftauchende Schreckgespenst der Belieferung der Warenhäuser mit Markenuhren kann am besten durch erhöhte Verkaufstätigkeit der Uhrmacher gebannt werden. Alte oder billige Uhren können nur durch größeren Zeitaufwand und dabei oft nicht auf längere Zeit wieder in Ordnung gebracht werden. Am Uhrmacher liegt es, dem Kunden unaufdringlich und überzeugend den Kauf einer neuen Uhr zu empfehlen. Darum, liebe Kollegen, lest Eure Fachzeitung, schafft Euch öfter ein im „Büchertisch“ empfohlenes Buch an. Dort findet Ihr wertvolle Anregungen. Unterstützt auch Eure Gemeinschaftsreklame. Jetzt kommt ein wunder Punkt vieler Gewerbetreibender, und ich bitte es, mir nicht übelzunehmen: der Gang mancher Kollegen und ihrer Frauen ins Warenhaus. Das Warenhaus zu bekämpfen, noch dazu manchmal mit Mitteln, die nur eine Reklame für die Angegriffenen bedeuten, ist sinn- und zwecklos. Sich um das eigene Geschäft kümmern, seinen Nachbar Fleischer, Bäcker, Schneider, Friseur und andere Gewerbetreibende unterstützen, damit diese sich dann auch veranlaßt fühlen, zum Nachbar Uhrmacher zu kommen, ist das Gegebene. Am Warenhaus kann keiner der vielen kleinen Gewerbetreibenden etwas verdienen. Wegen augenblicklich kleiner Vorteile darf man nicht nach dort gehen. Langsam, aber um so sicherer untergräbt man damit seine Existenz und die seiner Kinder. Wir müssen unseren Selbsterhaltungstrieb betätigen. Kollegen, verkauft mehr Uhren, erzieht Euch selbst zu Geschäftsleuten! (I/285)

Zwölf Tips zum Erfolg

Von Herbert N. Casson (London)

Der elfte Tip

Verschenken Sie, aber verleihen Sie nie. In diesem elften Tip will ich, auf die Gefahr hin, hartherzig genannt zu werden, einiges anführen, was über die Gefahr, Geld an Freunde zu verleihen, gesagt werden muß.

Ich würde ein schönes Stück Geld erspart und mir ein halbes Duzend Freunde erhalten haben, wenn mir irgendein freundlicher Schriftsteller diese Dinge vor 30 Jahren gesagt hätte.

Autorisierte Übertragung von Dr. Walter J. Briggs.
Copyright by Verlag Ullstein, Berlin

(Fortsetzung)

Sobald Sie Geld erworben haben, und es wird dies bekannt, stehen Sie einer ganzen Reihe von neuen Schwierigkeiten gegenüber.

Denn dann kommen die Schmarozer.

Über diese Schmarozer ließe sich ein eigenes Buch schreiben. Es gibt Schmarozer der verschiedensten Art und der verschiedensten Rangstufen: vom halbbetrunkenen, flehend an der Straßenecke stehenden Bettler bis zum Würdenträger in seinem glänzenden Ornat.