

essant sein könne. Man habe gar nicht gemerkt, daß die Zeit von 9 – 2 Uhr schon herum war“. Tatsächlich scheint es, als wenn unsere Kollegen im Lande sich gar keine Vorstellung machen können, daß man über eine so alltägliche Sache wie den Verkauf sich tagelang in der interessantesten Weise unterhalten kann. Wäre es anders, so könnte man es sich nicht erklären, daß anscheinend ein so geringes Interesse für diese so wichtige Erziehungsarbeit des Zentralverbandes vorhanden ist. Für Berlin ist es doch geradezu beschämend, wenn an einem Kursus, der besonders für Berlin zugeschnitten war, nur rund 30 Teilnehmer zusammengebracht werden konnten. Dabei haben wir uns und auch die Innung Berlin sich die erdenklichste Mühe gegeben, die Teilnehmer zu werben, außerdem hat der Vortragende unserer Verkaufskurse, Herr Tümena, in einer vorhergegangenen Innungsversammlung einen Vortrag über Verkaufskunst gehalten. Entweder glauben unsere Kollegen, daß sie geborene Verkäufer sind und daß ihnen niemand mehr etwas lehren kann, oder sie wissen nicht, daß Verkaufen wirklich eine Kunst ist, die man lernen muß. Bezeichnend für die Denkart vieler Kollegen ist eine Äußerung, die uns in Berlin zu Ohren kam: „Schickt uns nur Kunden, bedienen werden wir sie schon.“ So einfach, wie es sich dieser Kollege denkt, liegen die Verhältnisse nun wirklich nicht. Gesetzt den Fall, daß wir in der Lage wären, diesem Kollegen Kunden zu schicken, so sind wir überzeugt, daß er sie nicht bedienen, sondern abfertigen würde und daß diese erste Serie von Kunden, die wir ihm schicken, „Einmal-und-Niewiederkunden“ sein würden, so daß er nach kurzer Zeit wieder an den Zentralverband herantreten müßte, damit ihm dieser neue Kunden zuschickt. Wer ein Geschäft aufmacht, muß damit rechnen, daß er zunächst überhaupt keine Kunden hat und nur durch seine Arbeit und Werbung, durch die Art, wie er seine Kunden, die sich zufälligerweise zu ihm verirren, bedient, gelingt es, immer mehr Kunden zu bekommen, so daß er es im Laufe der Jahre zu einem sehr großen Geschäft bringen kann. Ihm hat niemand Kunden geschickt und das kann auch niemand. Kunden müssen geworben werden, der einmalige Besucher des Ladens muß zum Kunden werden; das kann nur geschehen durch die Art, wie er bedient wird, d. h. wie ihm Dienste geleistet werden. Darüber zu sprechen ist der Sinn unserer Kurse und wir glauben, daß ein vernünftig denkender Kollege bei einiger Überlegung sich sagen muß, daß hier etwas so Wertvolles geboten wird, daß man mit beiden Händen zugreifen sollte.

Unsere Kurse zeigen auch, daß nicht der Preis einer Ware maßgebend für den Verkauf ist, denn sonst müßten unsere Kurse ja ständig überfüllt sein. Der Preis für die Ware des Zentralverbandes, die er hier in den Verkaufskursen an den Mann bringen will, liegt nämlich unter den Selbstkosten, da er bisher zu jedem Kursus Zuschüsse leisten mußte oder Zuschüsse von Regierungsseite gegeben wurden.

Wir bereiten gegenwärtig für Elgersburg einen neuen Kursus vor. Bisher liegen etwa 25 Anmeldungen vor, so daß der Kursus vorläufig nicht abgehalten werden kann, weil 40 Teilnehmer notwendig sind, um überhaupt unsere Selbstkosten notdürftig zu decken. Sollte dieser Kursus wegen Mangel an Teilnehmern abgesagt werden müssen, so werden wir zunächst einmal für die kommenden zwei Jahre jeden Versuch, einen neuen Kursus zu veranstalten, ablehnen. Vielleicht sind unsere Kollegen in zwei Jahren so weit, daß sie dringend nach Kursen verlangen. Bezeichnend ist, daß die Alpina in jüngster Zeit in ihren eigenen Reihen einen ähnlichen Verkaufskursus abgehalten hat, wie wir sie seit zwei Jahren propagieren. Dieser Kursus war,

soweit wir unterrichtet sind, sofort überzeichnet und es mußten Teilnehmer zurückgewiesen werden. Unsere Kollegen müssen bedenken, daß in der heutigen Zeit derjenige wirtschaftlich vorwärtskommt, der lebendig und regsam ist. Möge das für diejenigen, die bisher die Arbeit des Zentralverbandes, die er für die kaufmännische Erziehung aufwendet, nicht schägen, eine Mahnung und Warnung sein!

Nun aber zum Bericht über den Verkaufskursus selbst. Am ersten Tage wurden die Käufertypen, das Verkaufsgespräch, sowie alle Fragen, die mit dem Verkauf zusammenhängen, besprochen, vorgefragt durch Herrn Tümena, der sich auch dieses Mal die Sympathie aller Teilnehmer erwerben konnte. Seine Art, vorzutragen und den Stoff zu durchdringen, ist so lebendig, daß irgendwelche Langeweile oder gar Ablenkung nicht aufzukommen vermag.

Am zweiten Tage sprach Herr Dr. Piorkowski über Reklamefragen und über die Werbung des Uhrmachers. Sein Vortrag hob die allgemeinen Grundsätze und Richtlinien hervor, die bei der Werbung zu beachten sind. Wir haben das Gefühl, als wenn den Kursusteilnehmern noch mehr damit gedient sein würde, wenn das Reklame-material, das vorgeführt wird, aus der eigenen Praxis stammt. Den Kursusteilnehmern fällt es zunächst immer noch schwer, Vorbilder aus anderen Berufszweigen für den eigenen Beruf umzudenken. Das ist auch verständlich, weil man sich erst längere Zeit mit diesem Stoffgebiet beschäftigen muß. Wir werden für die nächsten Kurse aus unserem reichhaltigen Material das Beste heraussuchen, um gerade in bezug auf die Werbung nur mit Material aus unseren eigenen Reihen arbeiten zu können.

Am Sonnabend war ein sehr schwerer Tag für alle Teilnehmer, da durch Herrn Dr.-Ing. Hamburger Kalkulationsfragen besprochen wurden. Ein sehr schwieriges Gebiet, um so schwieriger für die Teilnehmer, da ja von Statistik im Uhren-Einzelhandel kaum gesprochen werden kann, es fehlen ja noch die dürftigsten Anfänge. Trotzdem verstand es Herr Dr. Hamburger in seiner lebhaften Art, das Gebiet den Teilnehmern näherzubringen. Er beschränkte sich nicht darauf, einen bloßen Vortrag zu halten, sondern er verstand es mit großem Geschick, die Teilnehmer zur unmittelbaren Mitarbeit heranzuziehen, so daß diese Schritt für Schritt auf Grund ihrer eigenen Erfahrungen im Geschäft in das schwierige Gebiet eindringen konnten.

Am Montag wurde auf Grund eines Musterschauensters und sonstigem Material das Schauenster besprochen. Eine gute Vorbereitung war der Besuch am Freitag abend im Osram-Haus. Hier wurde durch Herrn Dipl.-Ingenieur Scheller ein Vortrag über das Wesen und die Bedeutung der Beleuchtung und über die zweckmäßige Anwendung der Beleuchtungskörper gehalten. Er verstand es, die besonderen Bedürfnisse des Uhrengewerbes zu berücksichtigen. Er gab wichtige Aufklärungen über die Beleuchtung des Werkstisches, die für manchen Zuhörer wertvolle Anregungen gegeben haben. Dem Osram-Haus muß sehr gedankt werden für die Mühe und das Entgegenkommen, das sie der verhältnismäßig kleinen Anzahl der Kursusteilnehmer entgegenbrachte, indem sie eine besondere Vorführung für die Kursusteilnehmer einrichtete.

Die Fragen des Schauensters sind so umfassend, daß am Montag der Vormittag nicht ausreichte und noch der Nachmittag hinzugenommen werden mußte.

Die Vorführung würde von Herrn Glage von den Kienzle Uhrenfabriken, Schwenningen, geleitet, der ungeheures Material herangeschafft hatte, um den Kursusteilnehmern wirklich Wertvolles zu bieten.