

Die Uhrmacher-Woche



Verlag und Schriftleitung: Leipzig C 1, Talstraße 2.
Fernruf: 22991 und 22993. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. Postscheck-Konto: 4107. Bank-Konto: Allgemeine Deutsche Credit-Anstalt, Abteilung Becker & Co., Leipzig, Reichsbank-Girokonto.

Geschäftsstellen: Pforzheim, Simmlerstraße 4.
Fernruf: Nr. 1621. — Berlin: Emil Rogge, Friedenau, Fröbaustraße 7. Fernruf: Rheingau 6631. — Amsterdam, N. Z. Voorburgwal Nr. 187—227.

Bezugspreis für Deutschland vierteljährlich 5,25 R.-M. (einschl. 0,54 R.-M. Überweisungsgebühr).

Anzeigenpreis: Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite 0,24 R.-M., für Stellenmarkt 0,25 R.-M., die 1/2 Seite 225,— R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Platzvorschrift 50% Zuschlag. Erfüllungsort Leipzig.

Ausgabetag: Jeden Sonnabend. Annahmeschluss für kleine Anzeigen: Mittwoch früh, unverbindlich.

37. Jahrgang

Leipzig, 15. Februar 1930

Nummer 8

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten

„Unter der Hand“ und „Hintenrum“ als beliebte Handelsformen

Der Trieb zum „Handeln“ zeigt sich bei merkantil veranlagten Menschen schon in früher Jugend. Dabei gibt es kaum irgendwelche Rassenunterschiede, wenigstens schienen mir — so steht es in meiner Erinnerung — die Kinder der arischen Eltern sich mindestens so auf diesem Gebiete zu betätigen wie die anderen. Es war Handel in der allerprimitivsten Form, ein Warenaustausch in fast wertlosen Dingen, die nach Liebhaberwert bemessen, den Besizer wechselten. Wir nannten es „Kaupeln“; aber manchmal wurden auch einige Pfennige verlangt, und dann war es genau besehen schon ein „Handeln“, wenn eine Warehingabe gegen Geld als Kauf und Warehingabe gegen Ware als Tausch unterschieden wird.

Hier war es ein Butterbrot, das gegen einen kleinen Spiegel, dort eine Briefmarke, die gegen ein Messer getauscht wurde; für alles waren Liebhaber da, und das Gesetz von Angebot und Nachfrage konnte sich ungehindert geltend machen.

Da die Kage das Mäusen nicht läßt, ist es kein Wunder, daß auch die älteren Menschen gern das tun, was sie als Trieb in ihrer Jugend schon befolgten. Zu gern kauft einer etwas unter der Hand oder läßt es sich „besorgen“, auch jeder Uhren- oder Goldwarenhändler weiß, wie leicht sich etwas aus der Tasche verkauft, was im Laden lange liegen müßte. Mancher hat schon in kurzer Zeit ein ausgefallenes Stück verkauft, das er wie zufällig ans Licht brachte und das sehr schnell Liebhaber fand, vielleicht weil es allein besser wirkte als in Gesellschaft von vielen ähnlichen Stücken, die den Käufer verwirren.

Diese Art der Geschäftsbetätigung und ähnliche fern vom Laden, die zahlenmäßig sehr bedeutend ist, kann von keiner Statistik und auch nicht voll von der Steuer erfaßt werden. Ohne sie würde das Detailgeschäft fast aller Branchen bedeutend lebhaftere Kassen aufweisen. Man höre und beobachte nur seine Bekanntenkreise und erkunde, wie und wo sie ihre Sachen gekauft haben!

Da ist zunächst einmal das Messe- und Ausstellungsgeschäft. Fast jeder Aussteller wird für sich oder seine Bekannten in deren Auftrage oder als Geschenk für seine Meßwirtin oder in deren Auftrage Meßmuster eines anderen Ausstellers durch Tausch mit seinen Erzeugnissen zu erwerben suchen. Ist Tausch ausgeschlossen, dann geschieht ein billiger Kauf mit Geld. Der Kauf zu Hause wird sogar mit der Aussicht auf die Messe oder Ausstellung unterlassen. Viele Einkäufer benutzen ihre Geschäftsverbindung, um durch sie von branchenfremden Firmen bei solchen Gelegenheiten Waren zu Großpreisen zu bekommen, auf die sie als Selbstverbraucher keinen Anspruch haben. Ich bin

selbst Meßaussteller gewesen und weiß, daß täglich vielleicht zwanzigmal unter Hinweis auf die Ausstellereigenschaft der Versuch gemacht wurde, Ware zu entnehmen; hier aber grundsätzlich ohne Entgegenkommen. Dabei ist an den so bekämpften Meßmusterverkauf an Private noch gar nicht gedacht, obwohl er auch zu der Art „Handel“, über die hier gesprochen werden soll, gehört.

Wenn die Städte, in denen solche Veranstaltungen stattfinden, nicht eine so ungeheure Wirtschaftskraft hätten, müßte der den Detailgeschäften entstehende Schaden — der heute als unabwendbar gilt — viel stärker empfunden werden.

Ein weiterer, ähnlicher Schaden ist der Stammtischhandel. Da heißt es: „Hören Sie mal, Sie haben doch Beziehungen zu der und der Branche. Kann man durch Sie nicht einmal etwas billiger haben als im Laden?“ — „Ja selbstverständlich! Hier ist meine Karte, fahren Sie morgen mal raus in die Fabrik, da können Sie haben, was Sie wollen. Ich werde inzwischen mal telephonieren! Aber schweigen!“

Jeder kennt das, der nicht selbst Geschäftsmann mit Laden ist. Welcher Fabrikant wollte auch einem so freundlichen, gut empfohlenen Herrn nicht gefällig sein?

Das gleiche Bild findet man in Vereinen in den Kreisen, die sich etwas enger zusammenschließen. Mancher Geschäftsmann ist schon in einen Verein eingetreten in der Annahme, große Erfolge für sein Geschäft damit zu erzielen. Warum er enttäuscht ist, kann er sich nicht erklären. Der Grund ist der, daß die persönlichen Beziehungen der Mitglieder zum Wareneinkauf unter der Hand benützt werden. Wie oft gibt es auch in solchen Vereinen Leute, die alle Augenblicke einen „gemeinschaftlichen Bezug“ von auswärts in Szene setzen in der Annahme, dabei zu sparen. In dieser Beziehung können geradezu ansteckende Seuchen entstehen, denn jeder will an einem vermeintlichen Vorteil beteiligt sein.

Pensionierte Beamte, von denen wir ja mehr als genug haben, zeigen eine wahre Leidenschaft, sich im Geschäft — hintenrum und diskret, aber auch offen — zu betätigen. In letztem Falle sind sie meist sehr bald enttäuscht, denn sie stellen sich alle den Handel ganz anders vor. Er ist ihnen in ihrer Beamtentätigkeit als müheloses Geldverdienen erschienen; nun merken sie, daß die Sache sehr viel anders liegt. Aber so ein bißchen was „besorgen“, nachdem die Aufträge da sind, das tun sie gern.

Der Fabrikant wird in den seltensten Fällen im Detailgeschäft kaufen, wenn ihm Fabrikanten von Artikeln bekannt sind, die einzeln abgegeben werden können. Das