

verlangen, dass Nationen, wie Deutschland, Oesterreich-Ungarn und die damit verbündeten Staaten, jetzt und nach Beendigung des Krieges weiter Abnehmer von Ihnen bleiben."

Das scheint uns für die ganze Situation den Nagel auf den Kopf zu treffen.

Eine weitere Firma, die einen guten deutschen Namen trägt, antwortet französisch folgendes, in starkem Selbstbewusstsein gehaltenes Schreiben:

"In Beantwortung Ihres Schreibens vom 20. cr. machen wir Sie darauf aufmerksam, dass wir „Schweizer“ sind und dass wir unsere Uhren denjenigen Kunden verkaufen, die sie würdigen, und zwar ohne Unterschied der Nationalität.

Das Haus an das Sie Ihr Schreiben adressiert haben, fabriziert kein Kriegsmaterial, aber selbst wenn es dies täte, so würde es Ihnen darüber nicht Rechenschaft zu legen haben.

Wir haben niemals von den Reisenden oder Geschäftshäusern Deutschlands, zu denen wir ausgezeichnete Beziehungen unterhalten haben, verlangt, dass sie ihre Sympathie oder ihre Ueberzeugung opfern sollen, um mit uns Geschäfte zu machen; aber wir können auch ebenso wenig Ihre Einmischung oder Ihre Vorhaltungen anerkennen."

Hierzu sei bemerkt, dass der Mitinhaber dieser Firma Teilhaber des Unternehmens „Société suisse de décolletage, S.-A.“ ist, welches sich mit der Herstellung von Kriegsmaterial befasst.

Das ist in kurzen Umrissen der Sachverhalt. Unsere Mitglieder mögen sich ihre Stellungnahme dazu überlegen und erst einmal innerhalb der Vereine mit Hilfe des ganzen Materials Klarheit darüber schaffen. Das letzte und entscheidende Wort wird dann der Verbandstag des Zentralverbandes haben, der zu diesen Vorgängen sowohl eine würdige als auch zweckmässige Antwort zu finden wissen wird.

Gesunde Auffassung vom Reparaturgeschäft.

Man hört sehr oft, namentlich von solchen Uhrmachern, deren Geschäft grösser geworden ist, so dass sie nicht mehr persönlich am Werkstisch mitarbeiten, dass an Reparaturen nichts zu verdienen sei. Es ist aber selbstverständlich, dass diese Abteilung des Geschäfts denselben Gesetzen für ihren Erfolg unterliegt, wie jede andere, d. h. dass es davon abhängt, wie sie angefasst wird, ob sie den erhofften Gewinn bringt und zu einem Kundenwerber für das Verkaufsgeschäft wird oder nicht. In manchen Geschäften ist die Reparaturabteilung eine vernachlässigte geworden, und die Grundsatzlosigkeit, nach der sie betrieben wird, lässt es tatsächlich mehr als einen glücklichen Zufall wie als die Folge einer guten Organisation erscheinen, wenn ein Nutzen dabei bleibt.

Schon vor einigen Jahren machte durch die deutsche Presse der Wortlaut eines Anschreibens die Runde, durch welches eine amerikanische Uhrmacherfirma ihre Kunden aufmerksam machte, dass seit der letzten Reparatur der Uhr 4 Jahre verflossen, und dass dadurch genügend Gründe vorhanden seien, die Uhr, wenn sie erhalten bleiben sollte, wieder zur Reinigung zu geben. Es ist bekannt, dass kluge Uhrmacher dieses Beispiel mit grossem Erfolge nachgeahmt haben.

Es wird uns daher wohl gestattet sein, das Beispiel eines anderen Uhrmachers anzuführen, der in seiner Art vielleicht der erfolgreichste unter den Fachgenossen ist. „National Jeweler and Optician“ schreibt darüber:

„Bei J. Edwin Lyle in Lowell ist die Reparaturabteilung die grösste und lohnendste im Geschäft. Das Ziel des Genannten, Uhren gut und für ihn nutzbringend zu reparieren, hat ihm heute den Ruf verschafft, das grösste Reparaturen Brett der Welt zu haben.“ Die Richtigkeit dieses Anspruches wird durch die Abbildung des Brettes bestätigt, die uns etwa 800 hängende Uhren zeigt, aber den Rest noch verdeckt.

„Für diese Anordnung und Grösse des Brettes bestehen praktische Gründe, und sie bildet ein bedeutsames Glied in der Kette wirksamer Einrichtungen im Dienste der Reparaturabteilung.

Sie räumt mit der ganzen Hin- und Herjagd auf, um die richtige Uhr des Kunden zu finden, wie sie in so vielen Geschäften zum Verdruss für den wartenden Kunden und zu allem anderen als zum Wecken erhebender Gefühle für den bedienenden Mann zu beobachten ist.

Wenn bei Lyle eine Uhr abgeholt wird, weiss jeder Angestellte genau, wohin er zu greifen hat.

Das Reparaturen Brett ist 25 Fuss lang und 4 $\frac{1}{2}$ Fuss hoch, dabei in zehn Flächen geteilt. Jede dieser Abteilungen trägt 100 Haken, von denen jeder, wenn nötig, vier Uhren tragen kann. Das System der Bezeichnung, nach dem die Uhr auf den ersten Griff gefunden wird, ist sehr einfach.

Die Anhängenzettel der Uhren, auf die wir nachher genauer zurückkommen, tragen rot aufgedruckte, laufende Nummern; desgleichen der anhängende, zur Aushändigung an den Kunden bestimmte Abschnitt. Die dritte Zahl dieser Nummer zeigt immer die Nummer der Abteilung an und die letzten beiden die Nummer des Hakens, auf den die Uhr gehängt ist. Zeigt der Nummern-

zettel des Kunden z. B. die Zahl 54053, so weiss der Bedienende sofort, dass die Uhr auf dem ersten Brett und dem Haken 53 zu finden ist.

Der Eindruck, den es auf den Kunden macht, wenn der Angestellte sofort mit Sicherheit weiss, auf welche Uhr er seine Hand zu legen hat, ist immer ein guter. Es wird von ihm gewöhnlich als ein Anzeichen dafür angenommen, dass man sich mit dieser Uhr besondere Mühe gegeben habe. Dieser Eindruck wird noch dadurch verstärkt, dass der Kunde eine Regulierkarte erhält, mit der er aufgefordert wird, alle ein oder zwei Tage, höchstens aber im Verlaufe einer Woche vorzukommen, um die Uhr auf ihren richtigen Gang nachsehen zu lassen.

Die Reparaturabteilung im Lyleschen Laden ist in einem Anbau angebracht, wo sie nahe genug ist, um bei der Hand zu sein, und doch weit genug entfernt, um durch die Störung und Unterbrechungen des Ladens nicht beeinflusst zu werden.

Nach den Preisen gefragt, sagt Lyle, dass er keine Schwierigkeit hätte, für jede Arbeit den Preis zu bekommen, den er haben müsse, um mit dem Nutzen zufrieden zu sein. Aber es werden bei ihm auch keine unredlichen Preise bezahlt.

Jede Uhr wird richtig auseinandergenommen und zuerst untersucht. Dann wird ein Preis festgesetzt, der alle Arbeiten deckt, die notwendig sind, um die Uhren in einen erstklassigen Zustand zu bringen. Wenn dieser Bericht fertig ist, werden die Kunden durch Postkarte benachrichtigt, und dann werden ihnen die Fehler so erklärt und herausgehoben, dass sie gewissermassen imstande sind, sie selbst zu sehen. Auf diese Art wird das Vertrauen des Kunden in hohem Masse gewonnen.

Als ein Beispiel für den gewöhnlichen Preis, den die Leute von Lowell gern bezahlen, wenn die Arbeit richtig gemacht wird, kann die Rechnung gelten, die auf der Rückseite des Reparaturzettels einer 15steinigen Waltham-Uhr angebracht ist: Unruhewelle 2 Dollar, Zugfeder 1 Dollar, Auslösestein festgemacht 50 Cent, Reinigung 1 Dollar, total 4,50 Dollar. (Unter selbstverständlicher Benutzung fertiger Einzelteile. Die Schriftleitung.)

Daraus lässt sich lernen, dass, trotzdem an der Uhr noch andere Arbeit zu tun war, der Auslösestein nicht umsonst gesetzt wurde. Es erfordert Zeit, eine Ellipse genau zu setzen und dafür zu sorgen, dass die Gabel- und Rollenbewegung ohne Störung und mit Sicherheit erfolgt. Ebenso ist der ganze normale Betrag für eine neue Zugfeder berechnet, obgleich die Uhr auch gereinigt und am Auslösestein repariert worden war. Darin liegt der Vorteil gegenüber jener Methode, die Reparaturenpreisfrage einfach über den Ladentisch hinweg mit allgemeinen Redensarten zu erledigen, wie etwa: „Gut in Ordnung gebracht usw.“, durch die in vielen Geschäften, ohne dass es notwendig ist, die Reparaturpreise zu niedrig gehalten werden.

Die Rückseite des an der Uhr angehängten Reparaturzettels trägt, wie oben bemerkt, die Einzelaufstellung und Berechnung der an der Uhr ausgeführten Arbeiten. Die Vorderseite den Namen und die genaue Adresse des Kunden, darunter den vereinbarten Preis der gesamten Reparatur, in der rechten Ecke gross die