

unserer Seite werden wir nach bester Ueberzeugung unsere Kollegen genau so über die tatsächliche Lage unterrichten, wie wir es bisher immer getan haben.

*

Kleinigkeiten im Geschäftsleben spielen manchmal eine große Rolle. Gelegentlich einer Sitzung in Berlin konnten wir beobachten, daß sehr viele Kollegen große, schöne Firmenschilder hatten, auf denen „Uhren und Goldwaren“ in großen Lettern verzeichnet war. Bei vielen Geschäften konnte man aber beim Vorübergehen sehr schwer feststellen, wie der Name des Inhabers des Geschäftes ist. Dieser Name befindet sich entweder in kleinen Lettern auf der Straßenuhr oder an sonst versteckter Stelle. Das ist eine Kleinigkeit, die den Kollegen sicher großen Schaden verursacht. Die beste Reklame ist bekanntlich die kostenlose, die von Mund zu Mund getragen wird. Ist ein Kunde zufrieden, so wird er sicher gern geneigt sein, das Geschäft weiter in seinen Bekanntenkreisen zu empfehlen. Um das wirksam tun zu können, muß er das Geschäft ganz eindeutig bezeichnen können. Da der Großstadtbewohner sich in den meisten Fällen kaum den Namen merken wird, wenn er nicht deutlich angegeben ist, so bleibt ihm nichts anderes übrig, als eine allgemeine Beschreibung des Geschäftes, die

aber nicht zur sicheren Auffindung des Geschäfts genügt. Neben der sauberen Ausstattung des Schaufensters gehört demnach auch die unzweideutig sichere Bezeichnung des Geschäftes am besten unter dem Namen des Firmeninhabers dazu, um von den Kunden empfohlen zu werden.

*

Wer heute die Badeorte gesehen hat oder in einem Café der Großstadt sitzt, kann feststellen, daß die Damen meistens ärmellos sind. Wenn diese Mode auch bereits im Abflauen ist und dem langen Aermel Platz machen wird, so wundert man sich doch, daß so wenig Damen Armbänder tragen. Ein nackter Frauenarm reizt geradezu dazu, geschmückt zu werden. Durch geschickte Propaganda seitens unserer Kollegen ließe sich sicher manches Armband verkaufen. Warum es nicht mehr geschieht, ist eigentlich nicht einzusehen, kann aber nur durch zu wenig Beobachtung der Umwelt unter Beziehung auf das eigene Geschäft zu erklären sein. Kleinigkeiten, die aber beitragen, in einer Zeit, wie wir heute leben, den Umsatz etwas zu heben. Heute heißt es, dem Kunden sagen, was angenehm und nützlich für ihn ist, geschickt herauszusuchen, worauf es bei dieser Empfehlung ankommt, ist Sache jedes einzelnen, wird sich aber stets lohnen.

Ein Nachwort zur Hamburger Reichstagung

Von Dr. Dienst, Syndikus des Wirtschaftsverbandes der deutschen Uhrenindustrie

In Hamburg fühlt man die Welt. Hier glaubt man, freier zu atmen, unbeengt zu sein von der Bedrängtheit unserer schweren innerdeutschen Verhältnisse, hinauszusehen in die grenzenlose Weite unserer Erde.

In dieser Metropole deutschen Welthandels haben die deutschen Uhrmacher heuer, in diesem Jahre schlimmster wirtschaftlicher Not, ihre Reichstagung abgehalten, um die Wege zu suchen und zu finden, die ihrem Gewerbe dienlich und nötig sind. Die Wahl dieses Ortes sollte symbolisch sein für die innere Einstellung der Uhrmacher zu den schwierigen Lebensfragen unserer Zeit: Obenan steht der Wagemut und die Hoffnung, trotz allem obendran zu bleiben, durchzuhalten und vorwärtszukommen.

Um es gleich vorweg zu sagen: Durch alles, was man sah und hörte, ging gleichsam als Grundzug der Ideen die Erkenntnis und das Wollen, aus eigener Kraft sich selbst zu helfen, nicht auf andere sich zu verlassen oder zu glauben, durch einseitige Forderungen die Dinge meistern zu können. „Wenn wir Pflichten übernehmen, dann können wir auch fordern“, sagte Herr Tombrock aus München, und er hat recht. Das ist nach meiner Beurteilung die erfreulichste Erscheinung, die von der ganzen schönen Tagung festzustellen ist und ich bin überzeugt, daß die Uhrmacher damit auch am sichersten ihr Ziel erreichen werden: „Hilf dir selbst, so hilft dir Gott“; letzten Endes gibt es kein anderes Rezept.

Auch die Erkenntnis wächst, daß die neue Zeit neue Formen und Methoden des Verkaufs verlangt und fordert. Man muß sich seinen Platz an der Sonne jeden Tag aufs neue erkämpfen und erstreiten und der Uhrmacher wird es als seine Hauptaufgabe ansehen müssen, als Bindeglied zwischen Fabrikanten, Grossisten und verbrauchendem Publikum den Anreiz zum Ankauf von Uhren zu schaffen und sich beim Verbraucher die Meinung zu sichern, daß man nur beim Uhrmacher die gute Uhr erhält und reell bedient wird.

„Die Uhr dem Uhrmacher“, diesem Leitsatz werden die Fabrikanten gern Gefolgschaft leisten, und der Wirtschaftsverband wird seine mitwirkende Hilfe zur Verfügung stellen, um insbesondere Privatverkäufe zu verhüten.

Die Klagen hierüber sind übrigens, wenn man ihnen auf den Grund geht, derartig geringfügig, daß man ruhig

behaupten kann, daß Privatverkäufe von den dem Wirtschaftsverband angehörigen Firmen nicht stattfinden und nicht stattgefunden haben.

Von dem Selbstbewußtsein und der starken Kraft der eigenen Organisation zeugt die kategorisch aufgestellte und unterstützte Forderung der eigenen Herrschaft über die Preisbestimmung, die Sprengung der Fesseln behördlicher Preisprüfung und Preisbindung. Jeder vernünftige Mensch wird ein solches Begehren für selbstverständlich halten, zumal der Preis einer Ware fast immer durch ganz natürliche volkswirtschaftliche Gesetze bestimmt wird und Eingriffe in diesen natürlichen Verlauf der Dinge immer schädlich wirken müssen. Was man für sich fordert, muß man allerdings auch anderen zugestehen: Man wird auch dem Fabrikanten in erster Linie die Bestimmung der Preishöhe und die Festsetzung der Zahlungsbedingungen überlassen müssen, wobei natürlich nicht gesagt sein soll, daß Wünsche der Abnehmer, soweit sie erfüllbar sind, im Wege gegenseitiger, auf gutem Willen basierender Verhandlungen befriedigt werden sollen.

Ich habe schon mehrfach ausgeführt, daß bei der starken Uhrenproduktion der Preis der Uhren sich nie weit von den Gestehungskosten bewegen kann und daß der Uhrmacher ebenso an der Erhaltung einer leistungsfähigen Fabrikation interessiert ist wie umgekehrt.

Ich will es mir versagen, auf Einzelheiten der Verhandlungen einzugehen, dieselben sind in den Berichten der Fachpresse eingehend dargestellt, ebenso wie die Stellungnahme der Fabrikanten zu den einzelnen sie interessierenden Fragen. Diese geht im allgemeinen dahin, daß die Bestrebungen der Uhrmacher, soweit irgend möglich, unterstützt werden; daß jedoch selbstverständlich der Fabrikant und Grossist bei der Regelung aller Fragen auch sein eigenes Interesse zu wahren gezwungen ist. Aber bei gegenseitigem, gutem Willen läßt sich meistens ein Ausweg finden, und man kann von der Hamburger Tagung den Eindruck mitnehmen, daß dieser gute Wille allseits vorhanden ist.

Ich möchte gern in diesem Zusammenhang die Worte des Verbandsdirektors König hierher setzen, da sie symptomatisch für das ganze Verhältnis sind: „Unser Verhältnis zu Grossisten und Fabrikanten soll nach unserem Willen immer so sein, daß ein gerechter Ausgleich der gegenseitigen