

an dieser Qualität ausnahmslos so viel Zeitopfer, daß wir gezwungen sind, als Gegengewicht das vollständige Zerlegen und stückweise Wiederaussetzen zu ersparen, um gleich beim Auseinandernehmen mit Fehlersuchen zu beginnen. Wir werden uns also an folgendes System gewöhnen müssen, das sich durch mehr als zehnjährige Erfahrung mit der kleinen Armbanduhr als einzig erfolgreich erwiesen.

Alle Mängel, die sich beim Entfernen des Gehäuses und Zifferblattes zeigten, werden vorerst vermerkt bis festgestellt wurde, daß keine außergewöhnliche Schäden, wie gebrochene Teile, Rost, eingefressene, also stark wackelnde Zapfen, gespaltene oder ausgesprungene Lochsteine (mit der Steinlupe in der Durchsicht meist erkenntlich) vorhanden sind. Alle anderen Fehler sind auch nicht beim vollständigen Zerlegen erkenntlich; sie ergeben sich meist erst aus der Reparatur selbst, und es ist daher notwendig, bei Festsetzung des mutmaßlichen Reparaturpreises nicht zu niedrig zu greifen, überhaupt sich Spielraum zu lassen.

Hat man also festgestellt, daß es sich nicht um Außergewöhnliches handelt, so kann die Abhilfe der Fehler beginnen.

Bevor ich also den Glasreif öffne, überzeuge ich mich, ob Zeigerwelle oder Viertelrohr nicht gekürzt werden müssen, ob bei festgedrücktem Zifferblatt das Stundenrohr genügend

Platz für eine weiche Spreizfeder hat. Nach Öffnen des Gehäusebodens zeichne ich mir die Stellen des Gehäuserahmens an, bei der etwa Ankerrad- oder Unruhbrücke zu nahe kommen, so daß der zusammenziehende Boden den

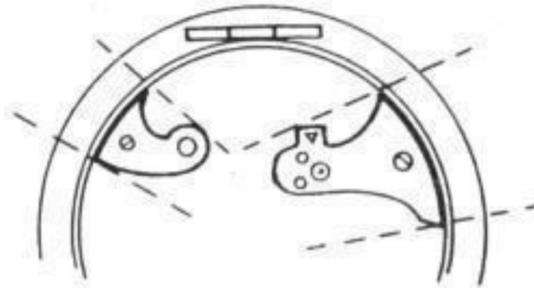


Abb. 6

Rädern die Höhenluft nimmt; ein Fehler, der täglich vorkommt, siehe Abb. 6.

Nachdem die Feder für weiter unten erklärten Zweck fast ganz aufgezogen ist, wird das Werk aus dem Gehäuse entfernt. Mit einer dreikantigen Zapfenfeile wird am Gehäuserahmen an den in Abb. 6 punktierten Stellen so viel ausgeschnitten, daß ein deutlicher Abstand entsteht.

(Fortsetzung folgt.)

## Weitere Stellungnahmen zum „Inventurausverkauf“

(Gegenäußerung eines Uhrmachers, der in seinem Geschäft außer Uhren auch Gold- und Silberwaren usw. führt, und der, um es vorwegzunehmen, ein warmer Befürworter des Inventurausverkaufs in unserer Branche ist!)

Es wird immer geschrieben, Reklame — Reklame — Reklame. Ja, ist denn der Inventurausverkauf, wenn er gemeinsam durchgeführt wird, keine Reklame für das gesamte Uhrmachergewerbe? Ich glaube ja, und zwar eine sehr wirksame!

Man sagt, nicht der Kollege ist der Konkurrent, sondern die vielen meist sehr rührigen, rein kaufmännisch geleiteten anderen Branchen (siehe Schuhe usw.), die uns das, ach so knappe, Geld des Käufers fortziehen! Warum ist unser Geschäft während der Inventurausverkäufe so besonders still? Nicht nur weil das Geld zu Weihnachten ausgegeben wurde, sondern es wandert alles in die Inventurausverkaufs-Geschäfte. Dafür ist Geld vorhanden, warum nicht für uns? Weil wir nichts bieten!

Zugegeben, in einem Spezialgeschäft wird die einzelne Uhr nicht so schnell unmodern, aber wir kommen noch dahin (haben es zum Teil heute auch schon). Vergibt sich denn der Uhrmacher etwas, wenn er in der durchschnittlich kurzen Zeit von etwa 14 Tagen vielleicht 5% oder 10% Rabatt auf seine Ware gibt? Die doch dadurch auch größeren Reiz ausübt, weil sie wirklich etwas billiger ist, was das Publikum an den Auszeichnungen sieht. Das Publikum rechnet heute sehr und kauft sicher das eine oder andere Stück eher, wenn es etwas ersparen kann. Markenware mit vorgeschriebenen Preisen muß natürlich ausscheiden, was ausdrücklich hervorgehoben werden muß, wie es die Firmen anderer Branchen auch tun, indem sie schreiben „in fast allen Abteilungen“.

In diesem Jahre habe ich nun selbst zum ersten Male einen Inventurausverkauf veranstaltet. Zwar kein Bombenerfolg, aber, wie man so sagt, es klapperte. Im allgemeinen war ich zufrieden und meine Bemühungen sind nicht umsonst gewesen.

Bei Gesprächen mit dem kaufenden Publikum bemerkte ich, daß es die Gelegenheit gerne wahrnahm, obwohl nicht allzu dringender Bedarf vorhanden war, besonders in Weckeruhren. Dann fiel es auch als etwas Neues in unserer Branche auf, und dadurch habe ich mir auch viele Kunden erworben. Ist das ein Fehler?

Daß der Andrang in unserer Branche so groß wird, „daß die Ware hin- und hergezerrt wird“, ist kaum zu befürchten, habe ich leider auch nicht erlebt!

Der springende Punkt, woran die meisten Kollegen Anstoß nehmen, wie auch Kollege F. schreibt, ist: Wie soll sich der Kunde einen anständigen Geschäftsmann vorstellen, der plötzlich seine Ware 20% billiger verkauft? Nun 20% brauchen es ja nicht gleich zu sein. Bei 5% oder 10% Rabatt wird man immer noch als ehrlicher Geschäftsmann gelten.

In meiner Ortsgruppe brachte ich den Inventurausverkauf zur Sprache, begegnete auch dort nur Verständnislosigkeit. Auf meine Frage, warum sie nicht dafür sind, wußte niemand eine Entgegnung. Doch nur weil Vater und Großvater „so etwas“ auch nicht getan haben! Dabei habe ich die Erfahrung machen müssen, daß gerade Kollegen am meisten dagegen redeten, welche an Mitglieder von

Lehrer- und Beamtenvereinen 10% Rabatt gewähren. Wie verträgt sich das? „Wir sind jetzt noch nicht so weit“, heißt es zum Schluß des Aufsatzes von Kollege F.

Ueber verschiedene Wenn und Aber müssen wir uns schon hinwegsetzen, oder sollen wir wieder warten, bis es noch mehr rein kaufmännisch geleitete Uhrengeschäfte gibt, die dann bestimmt Inventurausverkäufe veranstalten, uns das Geschäft wegnehmen, und wir die dort gekauften Uhren reparieren dürfen, weil wir es für unvornehm halten, derartige Inventurausverkäufe zu veranstalten?

In ganz Groß-Berlin habe ich nur 6 Geschäfte beobachtet, die Inventurausverkäufe veranstaltet haben. Ich glaube, sie sind mit dem Erfolg zufrieden! Ich selbst bleibe jedenfalls dabei, sicher nicht zu meinem Schaden, und wünschte nur, daß recht viele Kollegen sich daran beteiligen möchten. In der Gesamtheit fällt es auf, und das Publikum sagt sich: „Donnerwetter, du kannst beim Uhrmacher auch etwas kaufen!“ Und das ist die Hauptsache, zum Donnerwetter, ja!

In der vorletzten Nummer der „Blauen“ schreibt Kollege Oswald Firl (Erfurt) über Inventurausverkäufe, und ich lese am Schlusse seiner Ausführungen als Anmerkung der Redaktion, daß auch mal ein Kollege, der sich gleichermaßen mit dem Verkauf von Uhren und Goldwaren befaßt, seine Meinung äußern sollte. Wenn ich auch annehme, daß der Redaktion die Äußerung des Inhabers eines größeren Geschäftes irgendeiner Großstadt vorgeschwebt hat, so möchte ich doch andererseits auch als Uhrmacher der Kleinstadt, der mit besagten Artikeln handelt, meine Meinung sagen. Ich muß mich dem Standpunkt und den Ansichten des Kollegen Firl anschließen, schon aus dem Grunde, weil wir in der Kleinstadt bei diesen Inventurausverkäufen der Kollegen in den Großstädten das Nachsehen hätten, denen das Publikum, dem diese Verkäufe bisher nur in der Großstadt und den Mittelstädten, zumindest aber zu 90% von den großen und größeren Geschäften irgendwelcher Branchen geboten wurde, würde selbstverständlich seinen Bedarf aus suggestiven Gründen lieber in einem Geschäft der Großstadt decken, als in einem Inventurausverkauf bei einem Kollegen der Kleinstadt. Da wir Kollegen der Klein- und Mittelstädte aber in der erheblichen Mehrzahl sind, so hätten wir den Nachteil davon.

Selbst wenn ich vom rein kaufmännischen, fortschrittlichen Standpunkt aus mir die Sache ansehe, bin ich ebenfalls mit Kollegen Firl der Meinung, daß wir noch nicht so weit sind. Inventurausverkäufe haben nur für ganz große, absolut kaufmännisch geleitete Geschäfte einen Zweck, wo sich im Laufe des Jahres so viele unmodern gewordene, schwer verkäufliche Artikel angesammelt haben, daß ein unbedingtes schnelles Abstoßen derselben absolut nötig wird. Freilich ist es im höchsten Grade unkaufmännisch, diese Artikel als nutzlosen Ballast von Jahr zu Jahr mitzuschleppen, aber die größte Anzahl der Kollegen hat ja gar kein so großes Lager, daß sich erhebliche Mengen unverkäuflicher Artikel ansammeln könnten, und wenn schon, so gibt es doch noch genug andere Mittel, diese abzustößen. Der kaufmännisch talentierte Kollege wird immer Mittel und Wege finden, sich irgendwelcher Ware zu entäußern, auch ohne