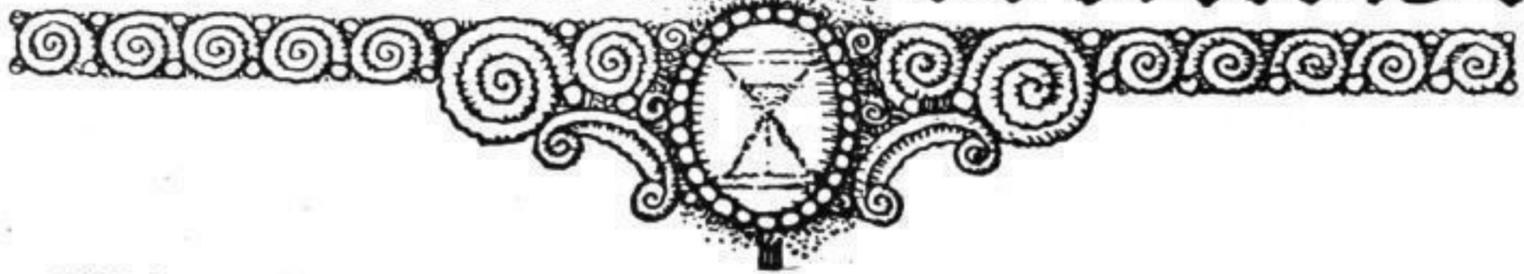


Die Uhrmacherkunst



Alleiniges und eigenes Organ des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher E. V.

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

5. November 1926

NUMMER 45

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

Die Konkurrenz

Vortrag gehalten beim Verkaufskunstkursus des Zentralverbandes

Von W. Quentin, I. Vorsitzender des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher

Wenn man von Konkurrenz spricht, muß man sich darüber klar sein, daß Konkurrenz ein natürlicher Zustand ist, eigentlich ein Naturgesetz, das überall in Erscheinung tritt, nicht nur im geschäftlichen Leben. Da, wo es Starke und Schwache gibt oder zwei Gleichartige, die um ihre Existenz kämpfen, besteht eine Konkurrenz, immer und auf allen Gebieten, sei es in der Natur, bei den Elementen, bei den Pflanzen, bei den Tieren, bei den Menschen. Der Schwache wird immer einen gewissen Kampf gegen den Stärkeren oder gleich Starken führen.

Wir wollen heute den Konkurrenzkampf im geschäftlichen Leben einer Betrachtung unterziehen.

Zunächst möchte ich einige Leitsätze voranstellen:

1. Nachahmung der Maßnahmen eines anderen ist ein Appell an die niederen Instinkte der Masse. Man will dazutun, als sei es eigenes geistiges Eigentum, trotzdem man nur das Produkt eines anderen verwendet.

2. Jede Handlung betrachten wir immer vom eigenen Standpunkt aus. Es ist nur wenigen gegeben, sich in die Rolle dessen hineinzudenken, für den die Wirkung irgendeiner Maßnahme bestimmt ist.

3. Herabsetzen des Konkurrenten ist Kritik am Geschmack des Kunden.

4. Jeder Vergleich mit Waren der Konkurrenz ist nachteilig. Es macht den Kunden unsicher und veranlaßt ihn, schließlich gerade das Gegenteil von dem zu tun, was eigentlich bezweckt war, er wird sich erst bei der Konkurrenz die Waren ansehen, weil wir ihn ungewollt darauf aufmerksam gemacht haben.

5. Herabsetzung der Konkurrenz bedeutet für den hellhörigen Kunden immer eine Empfehlung derselben. Ein Sprichwort sagt: Es sind die schlechtesten Früchte nicht, an denen die Wespen nagen.

Wie soll man sich nun im geschäftlichen Leben seiner Konkurrenz gegenüber verhalten?

Man soll seine Konkurrenz beobachten und seine eigenen Maßnahmen danach einstellen; aber wie soll das geschehen?

Man soll wohl auf die geschäftlichen Maßnahmen seiner Konkurrenz achten, dieses darf aber nicht dahin führen,

daß man mehr Zeit auf die Beobachtung des anderen verwendet als auf die Sorge um sein eigenes Unternehmen, sonst ergibt sich daraus nur ein Nachteil und niemals der erhoffte Vorteil für den eigenen Betrieb.

Vorwiegend in allen handwerksmäßigen Berufen, aber nicht nur in diesen allein, erleben wir es ständig, daß gerade weil die kaufmännische Grundlage fehlt oder nur eine mangelhafte kaufmännische Ausbildung vorhanden ist, der Begriff Konkurrenz mitunter eine ungewöhnliche Schärfe in der Auslegung erfährt. Dieses ist sehr wohl zu verstehen, wenn man einmal versucht, die Gründe zu erforschen, warum man sich gegenseitig das Leben erschwert in erbittertem Kampfe, der mitunter Formen annimmt, die an Vernichtung grenzen. Wenn man sagt, „Konkurrenz hebt das Geschäft“, so hat das seine Berechtigung, jedoch darf der Konkurrenzkampf nicht die Grenze des Erlaubten überschreiten, er darf nicht ausarten. Was sind nun die Grenzen des Erlaubten und wann artet der Konkurrenzkampf aus?

Jeder Sache sind natürliche Grenzen gezogen, auch dem Konkurrenzkampf, durch den Umstand, daß jedes Unternehmen einen gewissen Aufwand von Arbeit und Leistung erfordert, wenn es einen Verdienst bringen soll, denn schließlich hat man ein Geschäft doch zu dem Zweck, seinen Lebensunterhalt damit zu verdienen und sein darin festgelegtes Kapital angemessen zu verzinsen, auf keinen Fall aber doch wohl dazu, den lieben Nachbar zu ärgern oder ihm eins auszuwischen. Wir dürfen nicht vergessen, daß jedes Geschäft durch laufende Abgaben, z. B. Miete, Steuern, Licht, Heizung, Reinigung usw. von vornherein belastet ist und daß diese Abgaben verdient werden müssen. Unter Berücksichtigung dieser Hauptfaktoren muß man sein Geschäft betreiben, und zwar mit geschäftlichem Anstand betreiben, wenn man eine Gewähr für dauerndes Bestehen haben will.

Was heißt nun, ein Geschäft mit dem nötigen Anstand betreiben: Das sagt nicht nur, daß man sich im Verkehr mit der Kundschaft befeißigen soll, die Formen des Anstandes in jeder Weise zu wahren, daß man hinterm Ladentisch und auch nach außen hin sein Geschäft als anständiges