

Die Uhrmacherkunst



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

52. JAHRGANG

Halle (Saale)

NUMMER 4

21. Januar 1927

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

Statistik ist not!

Ein Mahn- und Lockruf

Lieber Kollege! Reden wir einmal vom Geschäft. Ich weiß ja, Sie haben das Geschäft satt und möchten am liebsten nichts davon hören. Aber was ist zu machen? Schließlich leben wir doch vom Geschäft und so muß man sich schon ständig damit befassen. Lassen Sie sich einmal von einem alten (nicht etwa nur älteren) Kollegen erzählen, wie es früher mit dem Uhrengeschäft war. Das war noch eine Zeit! Es war ein Kunststück, die aus der Schweiz vom Fabrikanten gelieferten Uhren dahin zu bringen, daß sie gingen. Wie mußte man sich erst mit diesen Uhren abquälen. Dafür hatte allerdings der Uhrmacher ein vollständiges Monopol für den Uhrenverkauf. Was sollte ein Nichtuhrmacher oder auch nur ein „Auchuhrmacher“ mit einer solchen Uhr anfangen, die nicht ging? Er mußte seine Finger von diesem schwierigen Geschäft lassen. Waren- und Versandhäuser gab es damals noch nicht und wenn schon, dann hätten sie sich sehr gehütet, sich mit dem Uhrenverkauf zu befassen. Der Uhrmacher hat über die Fabrikanten und über die Uhren gestöhnt und geschimpft und war mit diesem Zustand auch nicht zufrieden, weil er es natürlich, genau wie heute, bequemer haben wollte. Allmählich kam die Fabrikation so weit, Uhren herzustellen, die wenigstens tickten, wenn sie auch noch nicht regulierten. Es gab aber doch schon Kollegen, die einsahen, daß dem Uhrmacherhandwerk bei dieser Entwicklung einmal eine Gefahr drohen würde. Davon zeugt z. B. ein Antrag auf einem Zentralverbandstage, der von den Fabrikanten verlangte, daß sie die Uhren ohne Spiralfeder liefern sollten, damit der Nichtfachmann nichts damit anfangen konnte. Der Antrag wurde aber nicht angenommen, denn wirtschaftlicher Aufstieg läßt sich nicht aufhalten; auch nicht durch einen noch so schönen Verbandsbeschluß. Jedenfalls hatte der Uhrmacher nicht mehr ein ausschließliches Monopol auf den Uhrenverkauf, er bekam Konkurrenz — Konkurrenz durch Versandgeschäfte und Warenhäuser, und damit begann der Kampf gegen die Außenseiter, der nie beendet werden wird. Es ist selbstverständlich für den Uhrmacher notwendig, sich gegen das Eindringen Fachfremder zu wehren. Er darf nur darüber nicht vergessen, sich selbst zu rüsten, um in diesem Kampf zu bestehen. Die Tüchtigkeit des einzelnen ist noch immer das beste Mittel gewesen, um trotz

aller Konkurrenz vorwärts zu kommen. Man spricht ja heute viel von der Krisis im Uhrengewerbe; ich glaube an noch viel mehr, an eine Revolution im Uhrengewerbe.

Umsturz mancher Anschauung, die als geheiligt galt, in bezug auf die Bedeutung und die Art des Verkaufsgeschäftes; richtige Einschätzung, die Bedeutung der Werkstatt, wenn sie in den Dienst des Verkaufsgeschäfts gestellt wird; richtige Auffassung des Kundendienstes, Eindringen in das eigene Geschäft, sich klar werden über Möglichkeiten und über Unmöglichkeiten.

Klarheit über das eigene Geschäft, das erscheint mir zunächst die Grundlage und Hauptsache zu sein. Möchten Sie nicht selbst wissen, wie Ihr Geschäft wirklich geht und was darin geht? Sie meinen, das wüßten Sie ganz genau. Nur langsam; so ungefähr nach dem Gefühl werden Sie gewiß Ihr Geschäft kennen. Nur haben Sie noch nie erprobt, wie oft sich Ihr Gefühl täuscht und wie oft Ihre Meinung, die sich aus diesem Gefühl heraus gebildet hat, den wirklich festgestellten Tatsachen nicht standhält. Wissen Sie, wie hoch Ihre Unkosten sind? Wenn ja, können Sie beurteilen, ob diese Unkosten normal für ein Uhrenverkaufsgeschäft, zu hoch oder gar niedrig sind? Zahlen Sie viel Miete, wenig oder angemessen im Verhältnis zu Ihrem Umsatz? Wie verteilen sich Ihre Unkosten? Sind sie richtig verteilt, sind sie hoch oder sind sie niedrig, so daß Sie sich noch etwas leisten könnten? Sind Sie konkurrenzfähig, d. h. verdienen Sie genug, um Ihr Geschäft weiterzuentwickeln? Sind Ihre Preise zu hoch oder vertragen sie eine etwas bessere Kalkulation? Wissen Sie, was wirklich in den letzten Monaten verkauft wurde, was Sie demzufolge neu einkaufen müssen, was ausgeschieden werden muß, wie Sie im Oktober für das Weihnachtsgeschäft disponieren müssen usw.?

Das sind alles Fragen, die wichtig genug sind, um eine richtige Antwort zu finden. Antwort zu geben ist jedoch in den meisten Fällen nicht möglich, weil die Unterlagen für die Beantwortung fehlen und selbst, wenn der einzelne in seinem Geschäft zahlenmäßig feststellen kann, wie hoch seine Unkosten sind usw., so fehlt ihm immer noch der Maßstab, an dem er messen kann, ob diese Unkosten normal sind. Hier bedarf es der Zusammenarbeit