

Einen großen Raum der Verhandlungen beanspruchte die „Kalkulation“. Kalkulieren nach dem Gefühl und kalkulieren nach guten Unterlagen ist ein ganz gewaltiger Unterschied. Hier spielen die Unkosten eine so große Rolle, daß für ein Geschäft eine Kalkulation ohne jede Unterlage kein Rechnen, sondern nur ein Fortwursteln bedeutet. „Wie errechne ich meine Unkosten, wie stelle ich einen Haushaltsplan für mein Geschäft auf, wie muß ich mich einstellen, um überhaupt gewinnbringend ein Geschäft zu leiten?“ Alle diese Fragen wurden an Hand aufgestellter Beispiele ganz sorgfältig behandelt und ließen allen Teilnehmern die ungeheure Wichtigkeit der Aufgabe: „Einkauf + Unkosten = Gestehungskosten + Verdienst ist der Verkaufspreis“, so recht vor Augen führen.

Lagerhaltung und Lagerbehandlung fanden auch in Schramberg wieder liebevollstes Eingehen auf alle Einzelheiten, die ein modernes Geschäft erfordern. Die Lagerkartothek, sorgfältig geführt, sagt uns immer, was müssen wir einkaufen, was erfordert das Geschäft, welche Artikel müssen wir besonders bevorzugen und welchen Verdienst bringen sie uns.

Reklamationen, wie sie der Kunde anbringt, wie wir die Beschwerden des Kunden abschwächen, um dem Kunden das Unangenehme der Reklamation zu nehmen, wurde auch in Schramberg wieder im besten Licht gezeigt.

Reklame, das unerläßliche Mittel zur Werbung der Kunden, wurde in seiner Vielfältigkeit und an Hand von schlechten und guten Beispielen gezeigt. „Wann muß ich Reklame machen, wie muß ich Reklame machen, in welcher Form muß ich mich an die verschiedenen Schichten des Publikums wenden“, alle diese Fragen fanden eingehende Erörterung.

Und nun das Schaufenster. In dankenswerter Weise stellte die Firma Junghans ein Musterschaufenster mit allem, was zur Ausstattung der Fenster gehört, zur Verfügung. Wunderbare Auslagen, mit wenig Mitteln geschaffen, entstanden unter den Händen eifriger Kolleginnen und Kollegen. Ohne Nägel, ohne Haken und ohne Stecknadeln, aber farbenfroh gestimmt, lachten uns die verschieden dekorierten Fenster bei richtiger Beleuchtung so einladend an, daß einem selbst die Lust ankam in den Laden zu gehen und zu kaufen. Das vom Chefdekorateur der Firma Junghans erstellte Osterfenster verblüffte einfach in seiner lockenden und doch mit so wenig Mitteln erreichten Wirkung.

So viel Schönes gab es zu sehen, so viel zu betrachten und so viel Neues in sich aufzunehmen, daß

der ursprünglich gedachte Abschluß des Kursus vom Mittag auf abends 7 Uhr verlegt werden mußte.

Neben dem Kursus für das rein Geschäftliche hatten die Teilnehmer auch dreimal Gelegenheit, durch Besichtigung der Fabriken von Gebr. Junghans und der HAU. in Schramberg und der Kienzle Uhrenfabriken in Schwenningen auch die Herstellung der Uhren kennenzulernen, hierbei ihr Wissen bereichert, um dies im Geschäft bei gegebener Gelegenheit verwenden zu können.

Aber nicht nur lernen, lernen und immer wieder lernen sollten die Kollegen in Schramberg, sondern sich auch gesellschaftlich unterhalten und wohlfühlen sollten sie sich. Der Donnerstag Abend vereinigte deshalb die Teilnehmer zu einem zwanglosen Beisammensein mit Vorträgen und Tänzchen. Am Sonnabend vereinigte ein Abschiedsabend nochmals alle Damen und Herren, und die Anwesenheit des Herrn Generaldirektor Erwin Junghans und des Inhabers der HAU., Herrn Landenberger, betonten ganz besonders die Zusammengehörigkeit unseres Gewerbes von der Fabrik bis zum Einzelhandel. — Ein gemeinsamer Ausflug am Sonntag führte die noch Anwesenden im Autobus durch das ganze uhrenherstellende Schwarzwaldtal nach dem herrlich gelegenen Triberg. Am Montag hatten wir dann noch Gelegenheit, in Schwenningen und in Villingen die Werke von Kienzle zu besichtigen. Eine besondere Freude für viele Kollegen war es, daß unser Verbandsvorsitzender Herr Kerkhoff in Schramberg anwesend war, um damit das Band festen Vertrauens zwischen Zentralverband und seinen Mitgliedern fester knüpfen zu können.

Zurückblickend auf die Tage in Schramberg danken wir unserm Zentralverband, vor allem unserm Verbandsdirektor König, der sein ganzes Bestreben, den Uhrmacher nicht nur am Werkstisch auf dem Posten zu wissen, sondern den Uhrmacher zu einem tüchtigen, modernen Kaufmann zu erziehen, in seine Verkaufskurse hineinglegte. — Danken wir auch den Herren Industriellen des Schwarzwaldes, die in so überaus entgegenkommender Weise und in vollem Verständnis dafür, daß ein guter Uhrmacherkaufmann auch immer ein guter Abnehmer der Erzeugnisse guter Fabriken ist, alles getan haben, um nicht nur das Lernen zu erleichtern, sondern auch den Aufenthalt dort selbst angenehmer zu machen.

Den schönsten Dank aber sollte der deutsche Uhrmacher seinem Zentralverbande dadurch erweisen, daß er dem Rufe des Zentralverbandes, an späteren Kursen teilzunehmen, reichlich Folge leistet und sich dort Rüstzeug holt, welches ihn befähigt, neben einem guten Kaufmann auch ein guter „Kollege“ zu sein. (I/741) F.

## Die amerikanische Uhrenindustrie

Betrachtungen des Absatzmarktes in den Vereinigten Staaten<sup>1)</sup>

Von Americus (New York)

Von den 25 Mill. \$, die Deutschland schätzungsweise an Uhren produziert, werden ungefähr für 18 Mill. \$ oder etwa drei Viertel der Gesamtproduktion exportiert. Nach den Vereinigten Staaten werden von Deutschland jährlich etwa für 1 Mill. \$ Uhren ausgeführt, und mit diesem Betrage ist noch keineswegs die Grenze des Möglichen erreicht. Angesichts der Bedeutung der U. S. A. als Absatzgebiet für deutsche Uhren ist es von Interesse, sich einige Ziffern vor Augen zu halten, die das amerikanische Uhrengeschäft eingehender beleuchten.

1) Angesichts der gegenwärtigen Bestrebungen Amerikas, die Uhrenzölle noch weiter zu erhöhen, verdienen die nachstehenden Ausführungen besonderer Aufmerksamkeit. Die Schriftleitung.

Die Uhrenproduktion der Vereinigten Staaten stellt sich auf etwa 85 Mill. \$ und reicht fast an die Gesamtleistung seiner beiden Hauptkonkurrenten, Deutschland und der Schweiz, heran; denn die Schweiz stellt jährlich Uhren im Werte von ungefähr 65 Mill. \$ her und Deutschland im Werte von ungefähr 25 Mill. \$. Seit 1914 ist die Produktion der nordamerikanischen Union um 150% und seit 1923 um etwa 10% gestiegen. Die Erzeugung von Taschenuhren ist etwa doppelt so groß wie die von anderen Uhren. Erstaunlich ist, daß trotz der stattlichen Produktion von seiten der amerikanischen Industrie nur etwa 4% von der Gesamterzeugung exportiert werden, und diese Tatsache kann darauf zurückgeführt werden, daß die U. S. A. nicht nur die größte Industrie