

moderner, großzügiger Weise ausgebaut, und fünf Schaufenster zeigen heute eine reiche Auswahl von Juwelen, Uhren, Gold- und Silberwaren. Außer dem Inhaber sind dessen beide Söhne im Geschäft tätig. (VI 3/761)

**Neustadt i. Holst.** Am 1. Oktober konnte die Firma Raßau (H. Michaelsen Nachf.) auf ihr 50jähriges Bestehen zurückblicken. Am 1. Oktober 1881 übernahm Kollege Michaelsen das Geschäft der Witwe Klär in der Krengerstraße. 6 Jahre später wurde das Geschäft in das eigene Haus Marktplatz 4 verlegt. Vor 22 Jahren trat Kollege R. Raßau als Geschäftsführer bei der Witwe Michaelsen ein. Später vermählte er sich mit der Tochter des Hauses, Fräulein Elise Michaelsen. Beider Sohn ist seit 15. April 1931 beim Kollegen Georg Reese als Lehrling – also eine alte Uhrmacherfamilie. (VI 3/782)

**Sömmerda.** Das Uhrengeschäft Hecker feierte sein 50jähriges Bestehen. (VI 3/775)

**Pirna.** Der Kollege Richard Fischer ist am 26. September im 57. Lebensjahre verstorben. (VI 3/762)

**Zerbst (Anhalt).** Verstorben ist der Kollege Paul Schwenke, 80 Jahre alt. (VI 3/749)

**Konkurse und Vergleichsverfahren**

**Düsseldorf.** Über das Vermögen der Firma Johann Schütte, Goldwarengroßhandlung, offene Handelsgesellschaft, in Düsseldorf, Bahnstraße 24, wurde am 24. September das Vergleichsverfahren eröffnet. Dr. Ernst Blankenstein in Düsseldorf-Gerresheim, Ferdinand-Heye-Straße 107, wurde zur Vertrauensperson ernannt. (VI 4/789)

**Leipzig.** Zwecks Abwendung des Konkurses über das Vermögen des Uhrmachers Willy Walther Riedel, Leipzig N 22, Georgstraße 10, Alleininhabers einer Uhrenhandlung unter der Firma „Paul Friedrich“, Leipzig C 1, Yorkstraße 17, wurde am 25. September das Vergleichsverfahren eröffnet. (VI 4/790)

**Neustrelitz.** Das Konkursverfahren über den Nachlaß des am 24. Juli 1931 zu Strelitz i. M. verstorbenen Uhrmachers Heinrich Trubel wird auf Antrag der Erben eingestellt, nachdem sämtliche beteiligten Gläubiger ihre Zustimmung zu der Aufhebung gegeben haben. (VI 4/791)

**Pforzheim.** Über das Vermögen des Emil Bauer, Technikers, Alleininhabers der Schmuckwarengroßhandlung, Rudolfstraße 35, wurde am 29. September Konkurs eröffnet. Verwalter: Rechtsanwalt Karl Röth. (VI 4/792)

**Rathenow.** Über das Vermögen der offenen Handelsgesellschaft Carl Borg, Eluisfabrikationsgeschäft, Jägerstraße 9, wurde am 26. September das Konkursverfahren eröffnet. Der Bücherrevisor Konrad Brohm, Bahnhofstraße 26, wurde zum Konkursverwalter ernannt. (VI 4/793)

**Ulm a. d. Donau.** Das Vergleichsverfahren zur Abwendung des Konkurses über das Vermögen des Uhrmachermeisters Willy Stadler, Donaustraße 11, wurde nach Bestätigung des angenommenen Vergleichs am 8. September aufgehoben. (VI 4/699)

**Waldmohr.** Das Amtsgericht hat am 11. September über das Vermögen der Firma J. Leibrock Witwe, Inhaber: Uhrmacher und Eisenwarenhändler Bruno Meyer (Waldmohr), das Konkursverfahren eröffnet. Konkursverwalter: Rechtskonsulent Josef Roth (Waldmohr). (VI 4/700)

**Wettin.** Über den Nachlaß des Uhrmachers Franz Fahrmeier ist am 30. September das Konkursverfahren eröffnet worden. Konkursverwalter: Prozeßagent Otto Arndt. (VI 4/794)

Uhrmacher sogenannte „Stubenarbeiter“ ohne Ladengeschäft sind. Ob dieses Verhältnis überall zutrifft, kann natürlich auf Grund dieser einen Untersuchung nicht entschieden werden. Interessant ist bei den Schaufensterangaben weiter, daß die Zahl der Handwerkerschaufenster in den Nebenstraßen einer Stadt weit größer ist als in den Hauptstraßen. Dr. Sieber faßt diese Tatsache in dem Satz zusammen: „Je weiter eine Straße vom Zentrum der Stadt (City) entfernt ist, je geringer also die Zahl der Passanten ist, um so größer wird der prozentuale Anteil der Handwerkerschaufenster an der Gesamtzahl der dort überhaupt sich befindlichen Schaufenster.“ Diese Tatsache dürfte bei den Uhrmachern in der Hauptsache wohl auf die Kostenfrage zurückzuführen sein. Die hohen Ladenmieten in den Hauptverkehrsstraßen gestatten eben eine starke Ansiedelung der Handwerker nicht.

Auch bezüglich der Zeitungsinserte bringt Sieber Angaben über die Uhrmacher. So stellte er z. B. fest, daß in einer bestimmten Stadt von 111 Uhrmacherbetrieben 49 Inserate in einem Jahr erschienen, das bedeutet also je Betrieb 0,4 Anzeigen im Jahr. Weit stärker inserieren die Färber (15 Anzeigen je Betrieb im Jahr) und die Goldschmiede (12,8 Anzeigen je Betrieb im Jahr).

Besonders interessant ist das Ergebnis einer Umfrage, die bei den Konsumenten angestellt wurde. Den Kunden wurde die Frage vorgelegt: Warum gehen Sie in ein bestimmtes Geschäft? Die Antworten waren folgende:

1. Gute Ware, solide Leistung, Termineinhaltung	234
2. Freundschaft und Geschäftsrücksichten	112
3. Bequemlichkeit (Nähe)	49
4. Freundliche Bedienung	8
5. Sauberkeit	6
6. Billigkeit	4

Bei der Zusammenfassung des Wertes der einzelnen Werbemittel zeigt Sieber folgende bildhafte Darstellung:



Sieber bemerkt dazu, daß auf der breiten Grundlage der Qualität der Arbeit sich die übrigen Werbemittel mit großer Aussicht auf Erfolg aufbauen können. Interessant ist bei dieser Bilddarstellung, daß die Kundenbedienung gewissermaßen die Säule bildet, die alle Werbemittel miteinander verbindet. (VIII 19)

H. W. Tü.

**Vom erfolgreichen Verkaufen.** Von Fr. Mayer. Verlagsbuchhandlung Karl Walter, Stuttgart. 1931. 154 S. Preis 5,50 RM.

Eine Vermehrung der deutschen Literatur über Verkaufsmethoden kann an sich stets begrüßt werden; freilich wird man gerade auf diesem Gebiete möglichst Schriften fordern müssen, die der praktischen Arbeit dienen können, wenn sie nicht ausschließlich wissenschaftlichen Wert beanspruchen wollen. Das vorliegende Werk des Diplomkaufmanns Mayer ist für die Praxis bestimmt, erfüllt aber nicht durchweg den gedachten Zweck. Es soll zunächst nicht bestritten werden, daß es für den reisenden Kaufmann und vielleicht auch manchen Verkaufschef, der Vertreter zu betreuen hat, manchen Wink enthält, der recht beachtlich ist. Allerdings wird man etwas skeptisch die Fülle des Materials auf den Orientierungs-, Kunden- und Interessentenblättern betrachten, wenn man die Abneigung des Reisenden gegen allzu lange Berichte aus der Praxis kennt. Immerhin wäre es zu begrüßen, wenn hier manches Wort von Mayer nicht ungehört verhallt.

Was nun den Einzelhandelsverkauf angeht, so setzt Mayer dem Leser außer einigen hübsch erzählten Beispielen eine Fülle von Phrasen und unerfüllbaren Vorschlägen vor, mit denen der Praktiker kaum etwas anzufangen weiß. Das Kapitel über das Schaufenster z. B. beginnt so verheißungsvoll, enthält

**Büchertisch**

**Gotthold Sieber:** „Die Einzelwerbung im Handwerk“, Heft 4 der Beiträge zur Wirtschaftslehre des Handwerks. C. E. Poeschel Verlag, Stuttgart 1931. Kartoniert 6 RM, gebunden 8 RM. Zu beziehen durch den Zentralverband der Deutschen Uhrmacher, Halle (Saale), Königstraße 84.

Der Diplomhandelslehrer Dr. Sieber hat sich in dieser Schrift mit der gewiß nicht sehr einfachen und wenig durchsichtigen Materie der Werbung der Handwerker beschäftigt. Das Buch rückt dem Problem mit wissenschaftlicher Gründlichkeit zu Leibe und gibt daher dem Werbefachmann, aber auch dem Wirtschaftler und Praktiker einen recht interessanten Überblick über die Möglichkeiten der Handwerkerwerbung.

Besonderes Interesse für uns haben die Angaben, die Dr. Sieber für Uhrmacher in diesem Buche macht. So erfahren wir z. B., daß bei den Untersuchungen über die Handwerkerschaufenster sich herausgestellt hat, daß in einer Mittelstadt alle Bäcker und alle Metzger Schaufenster besaßen, daß aber die Uhrmacher nur zu 63% im Besitz von Schaufenstern waren. In dieser Mittelstadt kann man also annehmen, daß 37% der