



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

57. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 15. JULI 1932 / Nummer 29

Worauf warten Sie . . . ?

Glaubt der eine oder der andere immer noch, das Geschäft müsse sich von selbst wieder beleben? Gewiß sollen wir Optimisten sein, aber der Optimismus darf nicht so weit gehen, daß man ruhig abwartet und denkt, es kommt auch einmal wieder besser. Sehen Sie sich einmal um in Ihrem Kollegenkreis! Wie viele Geschäfte sind in den letzten Jahren verschwunden! Sehen Sie sich die allwöchentlich erscheinenden langen Kolonnen der Vergleiche und Konkurse in den Fachzeitschriften an! Macht Sie das nicht stußig?

Man kann nicht sagen, daß es sich bei den Geschäften, die den wirtschaftlichen Nöten nicht mehr standgehalten haben, um die schlechtesten handelt. Manches ist ganz unverschuldet in diese Lage hineingeraten. Aber die anderen, die noch glauben, auf festen Füßen zu stehen, sollten daraus lernen. Bitter ist, wenn ein bisher gutgehendes Geschäft nun auf einmal wankt, und vielleicht trotz Tradition und Erfahrungen den Weg so vieler Unternehmen geht. Noch bitterer ist es, wenn sich ein Geschäftsmann sagen muß, daß er das Schlimmste hätte aufhalten können, würde er anders disponiert haben. Bittere Selbstvorwürfe muß er sich machen, wenn er nicht alles getan hat, um das Geschäft leistungsfähig zu erhalten. Es hat keinen Zweck, heute den Kopf in den Sand zu stecken. Wir müssen den Mut haben, der Wahrheit in die Augen zu sehen. Es hat keinen Zweck, sich selbst zu belügen und sich mit Ausreden über die wirkliche Lage hinwegzufäuschen.

Heute heißt es klar sehen. Man braucht deshalb kein Miesmacher und Pessimist zu sein. Vor allen Dingen kommt es heute mehr denn je darauf an, jede Gelegenheit im Geschäft auszunutzen. Suchen Sie nach neuen Absatzmöglichkeiten! Schaffen Sie Gelegenheiten zum Verkauf, aber warten Sie nicht, bis sich zufällig ein Kunde in den Laden verirrt. Die Zeiten, in denen wir ruhig abwarten konnten, sind endgültig vorbei. Wer das noch nicht begriffen hat, ist mit seinem Geschäft vielleicht schon bald, wie viele andere vor ihm, in der Pleitewelle untergegangen.

Hin und wieder ein Inserat aufgeben darf nicht unsere größte Aufgabe sein. Ab und zu ein einigermaßen anständiges Schaufenster berechtigt niemanden, auf seinen Lorbeeren auszuruhen.

Mancher Leser denkt nach diesen paar Absätzen: Der das geschrieben hat, kennt nichts vom Uhrengeschäft. O ja, er kennt die Nöte und Sorgen der Uhrengeschäfte sogar sehr gut. Aus diesem Grunde nimmt er sich auch

das Recht, einmal die Dinge beim richtigen Namen zu nennen. Er weiß sehr gut, daß sich kein Geschäft mit Gewalt erzwingen läßt. Er weiß aber auch, daß man heute mehr tun muß, als nur über die schlechten Zeiten zu schimpfen.

Warten wir also nicht mehr auf die gebratenen Tauben! Rechnen wir nicht mehr auf Zufallsgeschäfte. Es will einem manchmal auf den ersten Blick erscheinen, als gäbe es keine Möglichkeit mehr, noch eine Uhr an den Mann oder an die Frau zu bringen. Aber wenn man sich etwas umsieht und nicht nur hinter seinem Ladenisch steht oder am Werkisch sitzt und der Dinge harret, die da kommen sollen, findet man eine Reihe von Möglichkeiten, Uhren zu verkaufen. Zum mindesten aber den Versuch dazu machen! Bevor man nicht alles versucht hat, darf man nicht klagen, denn dann liegt zum größten Teil die Schuld an uns selbst.

Haben Sie schon einmal darauf geachtet, wie selten man im Restaurant, im Café oder Hotel eine gute Uhr antrifft? Oft ist keine vorhanden. Wer viel reist, weiß davon ein Liedchen zu singen. Wie oft sucht man in der Hotelhalle oder im Frühstückszimmer oder auch im Schreibzimmer nach einer Uhr; fast ebenso oft auch vergebens. Wie häßlich sehen meistens die Uhren in den Gaststuben und den Klubzimmern aus! Größere Hotels haben teilweise nicht einmal in ihren Ausstellungszimmern und Konferenzsälen eine Uhr. Hier besteht eine Möglichkeit, Uhren zu verkaufen. Sicher ist der eine oder andere Uhrmacher Stammgast eines Gasthauses oder eines Cafés, wo keine Uhr oder höchstens eine häßliche hängt. Haben Sie einmal ernstlich den Versuch gemacht, Ihrem Wirt eine gute Wanduhr zu verkaufen? Haben Sie jemals einen Kaffeehausbesitzer darauf aufmerksam gemacht, daß die vorhandene Uhr nicht mehr der Neuzeit entspricht und nicht zur übrigen Einrichtung paßt?

Kann der Uhrmacher, der vielleicht Kegler ist, nicht einmal, und wenn es sein muß, gemeinsam mit seinen Kegelbrüdern, auf den Wirt einen Druck ausüben, damit auf die Kegelbahn eine ordentliche Uhr kommt? Das gleiche trifft bei Uhrmachern zu, die in einem Gesangsverein, im Schachklub oder in irgendeinem anderen Verein sind. Hier muß man den betreffenden Wirt bearbeiten, bis im Vereinszimmer eine gute Uhr hängt. Es wird nicht immer leicht gehen, aber versuchen Sie es! In vielen Fällen wird es sich lohnen. Wenn Sie häufiger Gast in einem Lokal sind, wird der Besitzer einsehen, daß