

gäbe dann vielleicht nur wenige rein zweckmäßige, absolut praktische Formen und Konstruktionen. Aber der beste Wille des Uhrmachers, in diesem Punkte dem Publikum „Service“ zu leisten, würde daran scheitern, daß er in seinen Absichten nicht verstanden wird. So treugläubig wie einst sieht der Käufer den Uhrmacher leider nicht mehr an, dazu ist zuviel von fachfremder Seite gewöhlt und „aufgeklärt“ worden. Er tut am besten, dem Publikum seinen Rat nur leise aufzudrängen, und muß alles vermeiden, den Eindruck zu erwecken, als rate er von irgendetwas ab oder auch zu irgendetwas zu, außer er würde ausdrücklich dazu aufgefordert, dann soll er aber auch eine Meinung haben. Und dennoch kann er damit einen Kunden enttäuschen und vergrämen, dessen Herz an dem anderen Stücke hängt, ohne daß er sich selbst entschließen konnte.

Das ist eben die schwierige Frage für den Fachmann, der Kaufmann sein muß, wie er sein Fachgewissen mit den kaufmännischen Interessen vereint, und weiter ist es die Ursache, daß der Nichtfachmann (auch die Frauen) viel leichter ein Geschäft zum Abschluß bringt als der Fachmann, der seine Bedenken merken oder ahnen läßt. Seine größere Warenkenntnis macht ihm Schwierigkeiten; aber dafür ist er Kaufmann, daß er eine irgendwie, z. B. durch Reklame erzeugte gute Meinung des Käufers über eine Uhrenart nicht durch übertriebene Gewissenhaftigkeit zerstört, denn es wäre ihm nur zum Schaden.

Ebenso ist der Kampf gegen die billige Ware fachlich durchaus berechtigt und lange genug von allen Uhrmachern vergeblich geführt worden. Da wir aber heute alle der Meinung sind, daß unser Gewerbe als Verkaufsgeschäft nur dann bestehen kann, wenn es sich kaufmännisch einstellt, was vom Uhrmacher nicht nur äußerlich, sondern auch psychologisch gefordert wird, und daß nur dadurch die Abwanderung des Käufers in Warenhäuser oder zu ähnlichen Kaufgelegenheiten einigermaßen bekämpft werden kann, sind wir doch dazu übergegangen, die fast billigsten Erzeugnisse als „Anfangspreislagen“ aufzunehmen. Es war – ganz abgesehen von der Wirtschaftslage – nicht möglich, länger auf dem aristokratischen Gesichtspunkt zu bleiben, als gäbe es die billigen Uhren nicht, denn das Publikum hatte längst eine andere Meinung und kümmert sich zum Schaden unseres Absatzes nicht das geringste um unser Fachgewissen.

Wer nur 3–6 RM ausgeben kann, dem ist durch alles Zureden eine teurere Uhr nicht zu verkaufen. Es ist dann besser, eine solche billige Uhr an den Mann zu bringen als keine. Auch da, wo der Käufer eine bessere Uhr wünscht, wird es keinen schlechten Eindruck machen, daß es auch billigere Uhren gibt, daß der Uhrmacher auch billig sein kann, und daß Qualität den Preis unterscheidet. Es muß schon ein ungeschickter Verkäufer sein, dessen Kunde zu einer billigsten Ware abwandert, nachdem er die Absicht und Geld genug hatte, sich ein gutes Stück zu leisten.

Auch über die Golduhren, die zu schwach sind, kann der Fachmann gar nicht geteilter Meinung mit irgend jemand sein. Aber sie sind doch da, sie werden zahlenmäßig viel stärker verkauft als andere, wenn auch kein Verkäufer unterlassen wird, auf den gefährlich schwachen Deckel hinzuweisen. Das Gegenargument: „Ich stecke sie doch nur Sonntags ein“, beweist, daß es der Kunde nicht anders will. Es ist bekanntlich ebenso schwer, für den gleichen Preis dem Kunden eine offene Golduhr zu verkaufen, bei der alle Befürchtungen nicht angebracht wären. Wer wollte es unternehmen, den Kunden mehr als nötig kopfscheu zu machen, der sich eine goldene Sprungdeckeluhr wer weiß wie lange schon als Besitz

erträumt, und der doch das für ein richtig brauchbares Stück nötige Geld nicht aufbringen kann. Alle Einwände, die gemacht werden können, scheitern an der Praxis. Nur wer selbst im Laden steht und seine Kunden nicht herauslaufen lassen will, der kann darüber sprechen. Zugegeben, daß es im Auslande und vielleicht auch im Inlande so gefestigte Geschäfte gibt, die es sich leisten können, ein hohes Mindestgewicht zu halten, weil ihr hauptsächlichlicher Kundenstamm über solche billigen Preislagen erhaben ist und die durch Abweisung solcher Kunden vielleicht keinen Schaden, sondern eine Erhöhung ihres Ansehens bekommen. Die Masse der Uhrmacher muß anders denken, da ein Teil ihres Umsatzes aus Waren besteht, die auf jeden Fall gekauft werden, und zwar dort, wo der Verkäufer, der Kaufmann, keine Bedenken gegen seine Ware hat, die er im Laden führt.

Eine Grenze besteht indessen doch, sie ist vom fachmännischen Gesichtspunkte gezogen und vom „kaufmännischen“ als geschäftlich richtig anerkannt; sie lautet: „Der Kunde muß zufrieden sein.“

Wohl weiß der Uhrmacher, daß es bessere Ware gibt, wohl würde er dem Kunden lieber eine bessere Ware verkaufen, doch wenn der Kunde innerhalb der Grenzen, die ihm zugesichert werden können, zufrieden sein kann, hat das Fachgewissen seine Schuldigkeit getan. Nur wer übertriebene Zusicherungen macht, die von der Ware trotz aller Nachhilfe nicht erfüllt werden können, der verstößt gegen sein Fachgewissen. Das gilt ebenfalls für Bijouterie usw., für deren Haltbarkeit auch nicht mehr versichert werden darf, als sie leisten kann. Führen kann man – und man führt auch – das Billigste, doch muß man das Kind beim rechten Namen nennen, und nicht den Eindruck erwecken, als wäre es gute Ware zum billigen Preise; schon das „Kaufmannsgewissen“ läßt das nicht zu.

In einem besonderen Punkte, den der Hauptredner in Montreux nennt, haben wir wirklich verstoßen. Während wir bei allen Uhren genau wissen, was sie in Material, Fassung und Werk kosten, haben wir doch kaum danach gefragt, sobald sie außen mit irgendwelchen Steinen besetzt waren. Da verließ uns unser Rechnen, und wir waren geneigt, mehr anzulegen, als die Uhren wirklich wert waren. Unsere Lupe hätte uns leicht über den Wert der Steine (meist nur Melée und Splitter) unterrichtet, so daß wir uns mit dem Metallwert und dem Werkpreis hätten ein besseres Bild machen können. Redliche Uhrengrossisten führen diese Ware am wenigsten, meist waren es neue „Fabrikanten“, und vielfach kamen darin auch die „Kommissionsläger“ vor. Hier schläft das Fachgewissen und sogar der kaufmännische Instinkt; man sollte beide sowohl im fach- als auch im kaufmännischen Interesse wach werden lassen.

Die allgemein angefeindeten „Kommissionsläger“ sind in Deutschland nicht häufig, wohl aber eine ähnliche Erscheinung: „Auswahlen für längere Zeit.“ Beide werden sich mit der Kapital-, Kredit- und Warenverknappung auf das wirklich nötige Maß zurückführen lassen, so daß die Schäden für den Uhrmacher, wenn sie für diesen wirklich bestehen, unwesentlich werden. Für Neuheiten, deren Einführung versucht werden soll, können Kommissionsläger bahnbrechend wirken, ohne ihren Besitzer zu belasten; ihre zweckmäßige Verwertung ist eine rein kaufmännische Frage und nicht allgemein, sondern nur von Fall zu Fall zu beurteilen. Hier gibt es auch für den Lieferanten eine Gewissensfrage, ob die Ware durch das Herumwandern in den Lägern auch vollwertig bleibt. „Neue Ware“ wird man sie bald nicht mehr nennen können, wenn auch „ungetragene“.