

einem mit allen laueren Mitteln geführten Leistungskampfe zu erziehen und sich selbst aber auf Grund übertragender Kenntnisse und Fähigkeiten nach oben hin die Geltung zu verschaffen, ohne die alle dort vorgelegten Wünsche – und seien sie auch noch so berechtigt – ungehört verhallen, würden.

Nach vier Richtungen muß unser Kampf geführt werden

Der Kampf gegen die Warenhäuser wird von uns Uhrmachern, ebenso wie von allen anderen Berufsgruppen, in folgenden vier Richtungen geführt werden müssen:

1. durch eine nie ermüdende und von jeder überheblichen Selbstzufriedenheit weit entfernte Erziehungsarbeit an uns selbst,
2. durch eine zähe durchgeführte Aufklärung des Publikums über unsere Leistungen,
3. durch eine Verständigung mit den Warenhäusern und deren Lieferanten über die Preise, soweit möglich, und
4. durch ein Abkommen mit der Industrie über eine noch weitergehende Sperre der Belieferung mit besseren Qualitäten.

Ich glaube nicht, daß es noch andere Möglichkeiten für den Kampf gegen die Warenhäuser geben wird als die angeführten. Diese aber in geschickter Weise angewendet, geben uns die Gewähr, daß wir etwas erreichen werden. Denn es fehlt uns jetzt nicht mehr an den in uns selbst liegenden Voraussetzungen dafür, als da sind guter Wille, kluge Einsicht und ein von jeder Kleinlichkeit freies Zusammengehörigkeitsgefühl. Jetzt können wir den Beweis erbringen, daß wir nicht nur Forderungen erheben, sondern auch etwas dafür zu geben fähig sind.

Unsere Geschäftsmethoden müssen besser sein

Wenn wir mit Recht verlangen, daß die Warenhäuser dem Fachhandel weichen müssen, weil ihre Geschäftsmethoden schlecht sind und mittelstandsschädlich, müssen wir zeigen, daß unsere Geschäftsmethoden besser sind. Und diesen Beweis kann der Inhaber auch des kleinsten Uhrenfachgeschäftes erbringen, wenn er ein tüchtiger und strebsamer Mensch ist. Dazu bedarf es keines großen Kapitals, sondern nur einer genügenden Portion gesunden Menschenverstandes und eines klar nach vorwärts gerichteten Blickes, der sich bemüht, in die Dinge einzudringen, um sie zu erkennen, wie sie sind, und aus dieser Erkenntnis zu lernen ohne alle Voreingenommenheit und ohne Alles-besser-wollen und ohne kleinlichen Eigensinn.

Dazu gehört in diesem Fall aber auch kaufmännische Erfahrung, und wer sie nicht hat, der muß sie sich eringen. Das Handwerk ist die goldene, solide Grundlage unseres Berufes, und trotzdem können wir im Kampfe gegen das Warenhaus kaufmännisches Wissen nicht entbehren. Deshalb darf der Uhrmacher nicht an seinem Werklich kleben bleiben. Er muß sich frei machen, damit er sich draußen umsehen und seine Schritte auch einmal in das große Warenhaus lenken kann. Nicht um zu kaufen, sondern, um zu sehen und zu lernen! Nicht um über die niedrigen Preise zu fluchen, sondern um sie überhaupt festzustellen und mit seinen Verkaufspreisen zu vergleichen und um zu beobachten, wie die Kundschaft dort bedient wird, welche Uhren geführt werden usw. Nur dann, wenn wir jede Gelegenheit benützen, um unserem Feinde in die Augen zu sehen, können wir die richtigen Waffen schmieden, um ihn wirkungsvoll zu bekämpfen. Anders geht es nicht!

Bei diesen Besichtigungen werden wir dann zu unserer großen Genugtuung feststellen, daß uns die gleichen

Mittel für eine ordentliche Geschäftsführung zur Verfügung stehen wie dem Warenhaus, Dinge, die keine Kapitalkraft erfordern und nur unseren persönlichen Einsatz. Durch Sauberkeit und Ordnung, durch freundliche Bedienung und fachmännische Beratung, durch sorgfältig zusammengestellte Auswahl guter und moderner Uhren kann jeder ohne Ausnahme ebensogut und meist noch besser den Käufer zum Kaufe einladen und beim Kaufe bedienen als irgendein Riesenwarenhaus. Notwendig sind allerdings eine gute Allgemeinbildung, ausreichende Fachkenntnisse, angenehme Umgangsformen als Folge einer guten Kinderslube, eiserner Fleiß, klarer Blick für die Vorgänge in der Welt und dauernde Selbstbeobachtung und Selbsterziehung. Das ist etwas viel auf einmal, aber wir müssen diese Eigenschaften erstreben, weil wir erst dann ein Recht haben, uns über die schädliche Auswirkung der Kapitalmacht der Warenhäuser zu beklagen, wenn wir es in diesen Dingen an nichts haben fehlen lassen.

Wir müssen das Publikum aufklären

Die Erfüllung zahlreicher Bedingungen, die in unserem Charakter ruhen und die unsere Leistung überhaupt erst möglich machen, ist die Grundlage für die Durchführung

Am 12. November stimmt jeder mit **Ja!**

einer großangelegten Propaganda, die der Aufklärung des Publikums über eben diese Leistung dienen soll. Das Publikum ist vom Glanze der Warenhäuser und von seinen scheinbar niedrigen Preisen geblendet und wird so lange dorthin strömen und glauben, dort besser als im Fachgeschäft kaufen zu können, solange wir ihm nicht eine andere Meinung beibringen. Mit den schon reichlich abgenutzten Schlagworten: „Kaufe beim Fachmann“ und „Uhrenkauf ist Vertrauenssache“, kommen wir in dieser Richtung nicht weiter. Wir müssen schon etwas tiefer in die Sache eindringen und Worte finden, die das Warum und das Weshalb überzeugend dem Publikum vor Augen führen.

Wir müssen darstellen, wie schwer und langwierig die Lehrzeit des Uhrmachers ist, wie er nur am Ende dieser Zeit soviel fachliche Fähigkeiten gesammelt haben kann, um die überaus zahlreichen Industrieprodukte auf ihren Qualitätswert richtig zu beurteilen und für seine Kundschaft einkaufen zu können. Wir müssen hervorheben, daß wir Fachleute im besten Sinne des Wortes, also keine Profitemacher sind, daß wir Männer sind, die auf Grund ihrer handwerklichen Kenntnisse kaufmännisch richtig zum Vorzuge ihrer Kundschaft zu handeln verstehen, weil wir das Beste zu angemessenem Preise gewissenhaft der Kundschaft zuführen. Und so gibt es eine große Zahl von Beweismitteln für den besseren Einkauf im Fachgeschäft als im Warenhaus. Sie bleiben selbstverständlich ein leerer Schall, wenn sich das Publikum in der Praxis nicht von der unbedingten Richtigkeit des Gesagten durch unser Verhalten überzeugt.

Die vom Zentralverband vorgeschlagene Gemeinschaftsreklame kann außerordentlich nützlich wirken. Es ist mit Sicherheit anzunehmen, daß die Finanzierung des großen Propagandaplanes gelingt, weil die Kosten ja durchaus gerecht auf alle Schultern verteilt werden und weil jeder weiß, daß ohne die nötigen Mittel keine Propaganda ausgeübt und ohne Propaganda kein Werben für unsere Kunst und für den Uhrenverkauf erfolgen kann, als bestes Mittel im Kampfe gegen das Warenhaus.