

C. Bobardt:

Haben Sie richtig bestellt?

Viele Kollegen legen den größten Wert auf ein zugkräftiges Weihnachtsschaufenster. Sogar Kollegen, die das ganze Jahr über ihr Schaufenster nicht allzuviel beachten, setzen alle Hebel in Bewegung, um nicht zurückzustehen. Und bei den Lieferanten laufen dann „schon“ acht Tage vor dem Fest die Bestellungen ein: Ripsstoffe, Ständeraufarbeitungen, Extraanfertigung von Schachteln mit Firmeneindruck – alles natürlich mit dem Vermerk „Eilt sehr“ oder „Ich will mein Fenster bald in Ordnung haben“.

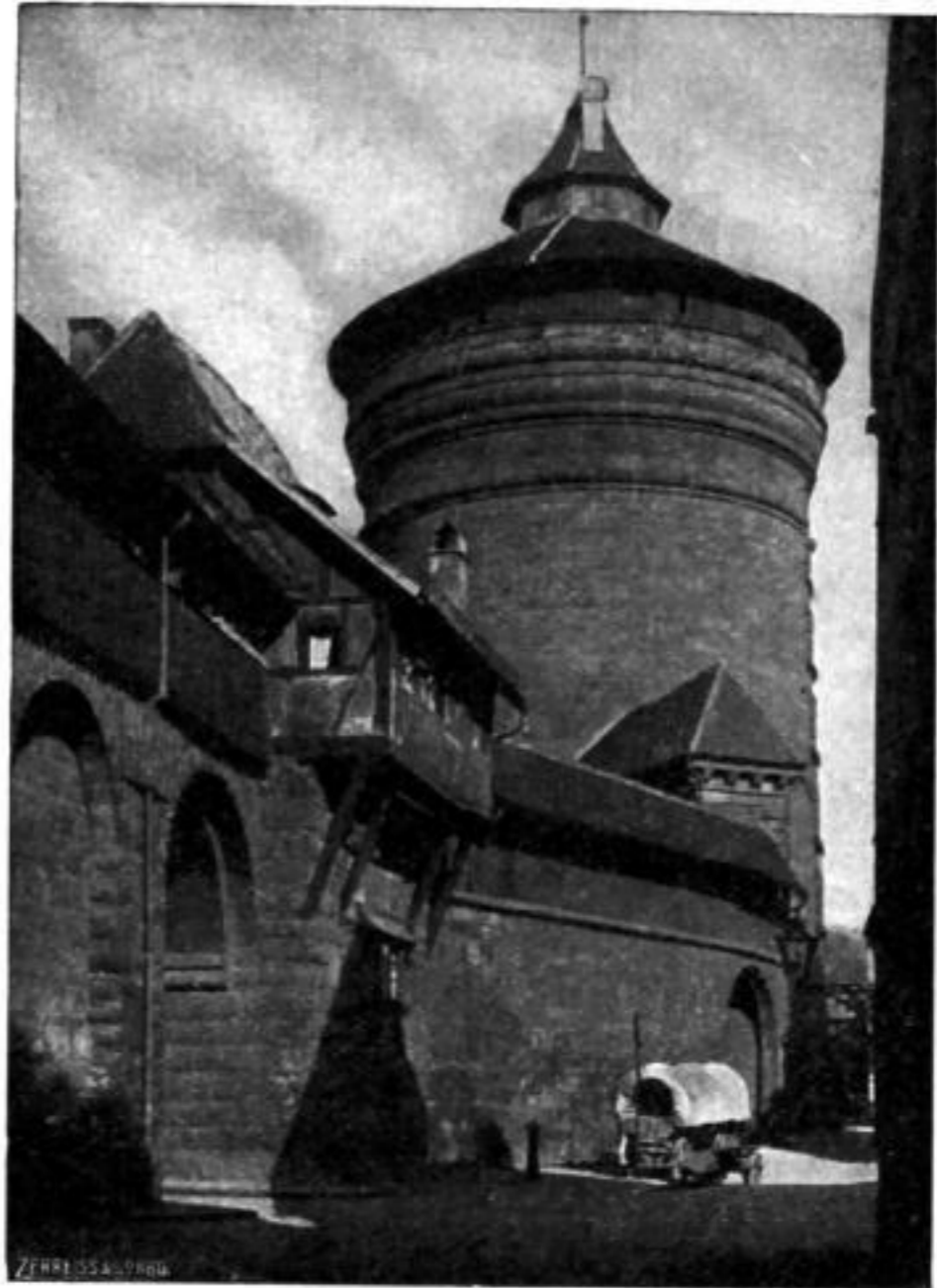
Wenn diese Bestellungen noch ordnungsgemäß und übersichtlich geschrieben und auch gut lesbar sind, würden die Lieferanten ja zufrieden sein. So aber kommen manche Bestellungen auf Zahlkartenabschnitten, die natürlich auch die Kasse als Beleg benötigt. Und dazu die vielen einfachen Redewendungen, „wie gehabt!“ und „etwas größer“, „etwas kleiner“. Es gibt auch bei uns keine Maßeinheit, die den Unterschied dieser Bezeichnungen in die Praxis umwandeln kann.

Auch Sonderanfertigungen erfordern natürlich entsprechenden Zeitaufwand. Ein neues Zifferblatt, ein anderes Gehäuse, ein Ersatzteil, der nur in der Schweiz zu bekommen ist, alles das sind Bestellungen, die längere Lieferdauer beanspruchen, die aber bei der Ungeduld der Auftraggeber regelmäßig mehrere Reklamationen einbringen, obgleich die normale Lieferdauer längst nicht abgelaufen ist.

Die Beachtung dieser wichtigen Kleinigkeiten bringt unbedingt eine gesteigerte Leistungsfähigkeit des Geschäftes mit sich. Manche Unannehmlichkeit wird vermieden; Reklamationen sind nicht nötig, wenn richtig bestellt wurde, und schnellere Lieferung ist bestimmt auch in Ihrem Interesse. Mancher Kollege, der gewohnt ist, seine Bestellungen klar und genau aufzugeben, würde sich wundern über die Art, in der viele Kollegen ihre Bestellungen machen in der Hoffnung, der Furniturist „weiß schon, was gemeint ist“.

Noch etwas zu den Schaufenstern. Nimmt sich denn niemand die Warenhäuser und die größeren Geschäfte zum Vorbild, wie sie jetzt – nach Weihnachten – schon wieder rüsten und ihre Schaufenster mit neuen Waren

Nürnberg, die Reichstags-Stadt der deutschen Uhrmacher 1935



Spittlertor mit Stadtmauer

ausstatten, um dem Publikum wieder neue Kaufanregungen zu geben. Das ganze Jahr hindurch geht es so! Der Uhrmacher aber gehe hin und tue desgleichen! Die Fachpresse bringt viele Anregungen zu neuen Schaufensterdekorationen, sie auszuführen kostet nicht allzuviel Zeit. Aber sie bringen ungeheuren Nutzen und stempeln das Geschäft zu einem fortschrittlich geführten und leistungsfähigen, das vermehrten Kundenstrom auf sich lenkt und mit wachsendem Erfolg in das neue Jahr strebt!

(1/599)

Eduard Bickel:

Der deutsche Uhrengroßhandel an den deutschen Uhrmacher

Der deutsche Uhrmacher bereitet sich auf die Reichstagsung in Nürnberg im Mai 1935 vor. Zum ersten Male nach der Neuordnung des Staates tritt die Uhrmacherschaft als berufsständische Organisation zusammen. Die kommende Tagung wird sich daher von denen früherer Zeiten grundsätzlich unterscheiden. Tagungen sind heute nicht mehr Versammlungen von Interessentenhäufen, in denen Stimmungs- und Abstimmungsmanöver inszeniert werden. Heute soll unter verantwortungsbewußter Leitung das Handwerk zusammentreten, um geschlossen und eindrucksvoll den Beweis für seine innere Reife und staatsbürgerliche und wirtschaftliche Verantwortungsfreudigkeit zu führen.

Klar und eindeutig steht also das Gemeinwohl im Vordergrund der Nürnberger Tagung. Das bedeutet auch für die beiden Berufspartner des Uhrmachers, nämlich den deutschen Uhrengroßhandel und die deutsche Uhrenindustrie, die Verpflichtung zu einer grundsätzlich

anderen Haltung gegenüber dem Uhrmacher, als dies in früherer Zeit der Fall war. Zumal der Uhrengroßhandel sieht hier seinen Pflichtenkreis klar vorgezeichnet. Der Uhrengroßhandel ist mit dem Uhrmacher als dessen Freund und unentbehrlicher Partner auf Gedeih und Verderben angewiesen. Beide litten in der Vergangenheit unter den gleichen Nöten und wollen nun gemeinsam etwas Besseres aufbauen. Deshalb hat ein erfreulicher und lebendiger Gedankenaustausch zwischen Uhrmacherschaft und Uhrengroßhandel seit der Neuformung der Verbände ständig stattgefunden.

Nürnberg muß nun der lebendige Ausdruck des einmütigen Wollens aller Beteiligten werden, das in die Parole ausklingt:

„Die Uhr zurück ins Fachgeschäft.“

Obwohl schon heute der Großhandel, die Uhrmacherschaft und ein großer Teil der Uhrenindustrie sich über die Ziele einig und klar sind, so sind die Wege noch