

schaffungswerbung eintreten. Aus diesem Grunde sei der R. D. U. (Reichsverband der Uhrmacher) gegründet worden. Über 6000 Verpflichtungserklärungen liegen bereits vor. Der Uhreneinzelhandel müsse zeigen, daß er gemeinschaftliche Werbung wolle, dann sei sie auch gesichert.

In der Warenhausfrage sei leider ein wirklicher Erfolg nicht zu verzeichnen. Die Warenhaus- und Versandhausfrage schreie nach einer Lösung. Im einzelnen schildert der Redner die Voraussetzungen der notwendigen Schritte und die Richtung, in der die Entwicklung der Warenhäuser laufe. Die Außenseiterfrage könne nur durch die tatsächliche Einigkeit aller Uhrenfachhändler gelöst werden. Jedes Einzelinteresse sei zurückzustellen für die Sicherung der Zukunft des Fachhandels. Das Anwachsen der Versandhäuser sei auf die Lücke im Einzelhandelsschutzgesetz zurückzuführen. Für das Handwerk und für den Fachhandel sei Voraussetzung Sachkenntnis und persönliche Zuverlässigkeit. Ein Versandgeschäft könne jeder aufmachen. Man könne gegen sie nicht ankämpfen mit gleich dicken Katalogen, denn der

Einzelhandel habe einen besseren Katalog in seinen Schaufenstern. Sicher sei aber notwendig die Aufklärung über die Vorteile des Kaufes im Fachgeschäft. Auch hier könne nur durch die gemeinschaftliche Werbung Durchgreifendes geschehen.

Bezüglich der einheitlichen Garantie sei festzustellen, daß die Auswüchse verschwinden; nur in Einzelfällen sei noch ein Eingreifen erforderlich, nachdem auch der Warenhaus-Verband und die Pflichtvereinigung der Versandgeschäfte dem Beschluß beigetreten seien.

In der lebhaften Aussprache wurde zu den vorgetragenen Fragen Stellung genommen. Insbesondere muß man feststellen, wie dringend notwendig die Lösung der Außenseiterfrage ist. Hier wurde zur Selbsthilfe aufgerufen, die man in einer entschiedenen Abkehr von allen Firmen sieht, die den Außenseitern liefern.

Mit Dankesworten der beiden Vorsitzenden wurde die Aussprache beendet, die viele Anregungen gebracht hatte. Auch hier hat sich gezeigt, wie fruchtbringend diese gemeinsamen Aussprachen sein können und wie notwendig die Einigkeit aller Facheinzelhändler ist. —g.



Unter der Lupe

Und noch ein Regulierständer!

„Erst vor kurzem zeigten Sie mir den praktischen Regulierständer für Werke ohne Gehäuse. Ich habe mir jetzt einen ganz einfachen Ständer gebaut für Taschenuhren, damit ich sie gleich auf dem Werkflisch beobachten kann.“

„Sie haben ihn ja gründlich an den Seiten und unten mit Tuch gepolstert, damit ja keine Schramme an das schön polierte Gehäuse kommt!“

„Aber natürlich, sonst wäre ja die ganze Arbeit umsonst gewesen. Und ein blankes Gehäuse imponiert dem Kunden zuerst ja am meisten.“

„Der Ständer ist wohl einfach nur aus Messingblech gebogen?“

„Ein langer Streifen wurde an beiden Enden etwas ausgebuchtet — entsprechend der Gehäusewölbung am Mittelteil. Beide Enden wurden dann in dem doppelten rechten Winkel umgebogen, und die Hauptarbeit ist schon fertig. Unten bekam dies Messingband für das Stützen der Uhr ein kurzes, gewölbtes Stück Messingblech angenietet.“

„Und die Schneiderarbeit der Polsterteile hat sicher das Lehrfräulein gemacht!“

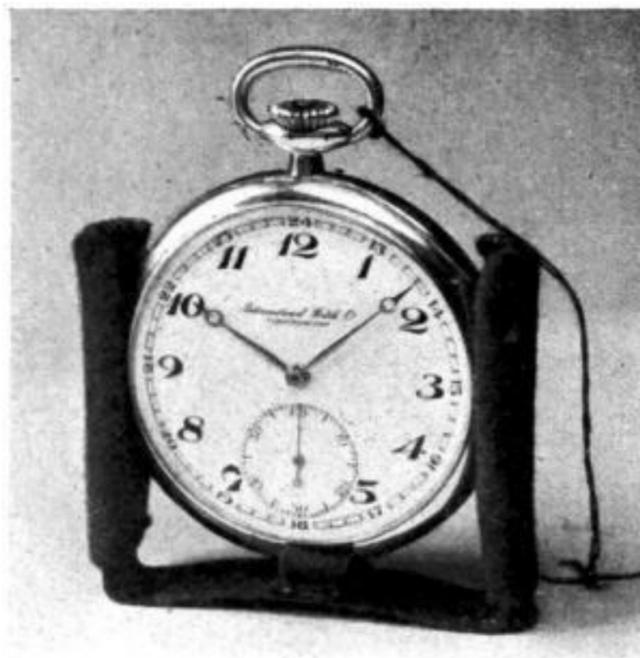


Foto: Uhrmacherkunst

„Allerdings! Etwas Einfacheres gibt es ja kaum.“

„Dieses Vorregulieren auf dem Werkflisch ist ganz besonders zu schätzen. Man merkt schon am ersten Tage die großen Differenzen und hat nicht nötig, erst am nächsten mit der Uhr von vorn anzufangen.“ (III/1041)

Sprechsaal

Ohrlochstechen kostenlos

Die Klage Ihrer Kundschaft über Berechnung des Ohrlochstechens ist von Ihrer Seite aus gesehen unverständlich, jedoch von seiten des Kunden von Fall zu Fall berechtigt. Wenn z. B. die Ohringe in Ihrem Geschäft gekauft worden sind, hält es der Kunde für selbstverständlich, daß das Stechen gratis geschieht. Bei gekauften, guten goldenen Ohringen sind ja schließlich die damit verbundenen Unkosten in dem Verdienst der Ringe mit einberechnet, ohne ein Entgelt zu verlangen. Sie müssen gleich bei der Kalkulation, hauptsächlich bei Kinderohrringen, das Stechen mit einberechnen, dann sind Ihre dabei getätigten Unkosten und, was die Hauptsache ist, die Befriedigung des Kunden erzielt. Auf diese Art und Weise läßt sich doch für beide Teile ein Ausgleich schaffen. Man muß stets versuchen, kleine Dinge aus dem Wege zu räumen, ehe es dem Kunden überhaupt bewußt wird. Bei einer Extraberechnung hält der Kunde Sie für klein-

lich, ein Geschäftsmann sollte immer in den Augen der Kunden großzügig erscheinen, um so mehr kann er auf treue Kundenzahl rechnen.

Werden allerdings billige silberne Ohringe verlangt, ist natürlich das Einziehen mit einem kleinen Unkostenbeitrag von 1 RM zu berechnen. Denn bei einer Preislage von 3—5 RM können Sie ein Entgelt fordern, da ja hier die Verdienstspanne im Verhältnis für die Bemühungen geringer ist. Eine bestimmte Norm läßt sich nicht immer aufstellen, es kommt ja auch schließlich darauf an, in welchem Verhältnis der Kunde zum Geschäft steht. Ausnahmen bestätigen die Regel. Ich habe mit den von mir bereits geschilderten Ausführungen betreffs Ohrlochstechen bisher die besten Erfahrungen gemacht, ohne Uneinigkeiten beim Kunden zu verspüren. Daß bei Ringen, die nicht von Ihnen gekauft sind, eine Berechnung stattfindet, ist wohl eine große Selbstverständlichkeit. Ich glaube, daß die wenigsten wegen Ohrlochstechen zum Arzt gehen, da beim Publikum viel zu sehr der Gedanke, daß der Uhrmacher dies tut, sich eingebürgert hat. (V/1064)

A. Kosel.