

zentrum und den Haltestellen wichtiger Verkehrsmittel darstellen, welche bekanntlich des öfteren abseits liegen und nicht im Zentrum selbst.

Im letzteren Fall ist auf die Ladenlage besonders zu achten, denn hier wird sich nun leicht wieder eine Straßenseite bevorzugt entwickeln können, wenn der Verkehr zwischen Zentrum und Haltestelle sich hauptsächlich in einer Richtung abspielt und nun das allgemein rechts gehende Publikum somit ganz systematisch eine Seite überwiegend begehen wird. Dies wird bei einer engen Nebenstraße dann aber nicht zugleich die Seite der günstigen Lage sein, da man bekanntlich in schmalen Straßen die Blicke nach der anderen Straßenseite hinübergehen läßt. Diese kleinen Erfahrungen beachte man.

Und zum Schluß ein guter Rat: Fangen Sie nie mit zu hoher Miete an!

Es gibt nicht wenig Einzelhändler, die beim Mieten eines neuen Ladens mit einer zu hohen Miete zu wohnen beginnen. Das ist ein schwerer Fehler. Denn der Umsatz ist für einen neuen Laden in der ersten Zeit meist geringer als vordem, und daraus ergibt sich, daß man bei hoher Miete nun ebenso hoch kalkulieren muß wie die in der neuen Gegend schon seit längerem ansässigen Läden, und daß daher niemand aus dem Publikum, das vorübergeht, einen Vorteil durch das neu zugezogene Geschäft wahrnimmt, wie er bekanntlich gerade zuallererst gesucht wird. Da man diesen Vorteil aber fast immer

in günstigeren Preisen und in lockenderen Schaufenstern zu finden strebt, ist es für den neu zugezogenen Geschäftsmann stets eine ganz besondere Pflicht, in dieser zweifachen Hinsicht dem Publikum entgegenkommen zu können. Wer zwar die Schaufenster besonders schön dekoriert, aber im günstigen Preise nicht mitzukommen vermag, kann daher leicht scheitern. Aus dieser Darlegung, die der Praxis entnommen ist, ergibt sich, wie wichtig es ist, von Anbeginn an auf möglichst niedrige Miete zu sehen. Nur der, der da auf Grund genauer Vorprüfung sagen kann, daß sich sein Geschäft in der neuen Lage besser entwickeln wird, als es vorher ging, wird von dem eben gegebenen Ratschlag abgehen können.

Aber auch da gilt es, ganz genau die verfügbaren Gelder in Rechnung zu stellen. Denn es ist selbstverständlich, daß der neue Laden auch mehr Werbekosten erfordert als der alte, weil man sich unbedingt erst einmal ordentlich bekannt machen muß. Die erste Gelegenheit dazu sollte würdig ausgenutzt werden. Es genügen da nicht bloß die Blumen im Schaufenster, die man bekommt, sondern auch die gedruckte Werbung, die man vornimmt, soll den Geist der besonderen Stunde almen. Man beschaffe sich dazu vor allem das beste Prospektmaterial, das es überhaupt nur gibt, und man führe sich damit wie auch mit gutem eigenen Werbematerial bestens ein. Der allbekannte Satz: „Der erste Eindruck ist entscheidend“, sollte als Losung über der ersten Werbung des „neuen Ladens“ stehen! Das ist der beste Auftakt zu neuem Beginnen. (I/1055) P. K.

Einen Augenblick, bitte

Von Friß Müller-Partenkirchen

Mein Freund Snanz, der Mathematiker, hatte eine Uhr geerbt. „Ich werde sie aus Piefäl nie reparieren lassen“, sagte er. Da ließ er sie fallen. Jetzt ging sie fäglich 11 Minuten vor. Freund Snanz notierte sich's.

Dann erwischte sie das Baby und horchte so lange dran herum, bis sie die Gewohnheit annahm, nach jeder Viertelstunde drei Minuten auszuruhen. Freund Snanz notierte sich's und machte eine Formel.

Dann wurde sie — ich weiß nicht wie — magnetisch und differierte je nach dem Breitengrad, auf dem Freund Snanz sich grade befand. Freund Snanz erweiterte die Fehlerformel und notierte sich's.

Dann kam auf eine unerklärte Weise Quecksilber in das Uhrgehäuse. Seitdem kombinierte sich ihr Zeitbegriff zwangsläufig mit dem Stand des Thermo- und des Barometers. Freund Snanz erweiterte die Formel thermisch-meteorologisch und notierte sich's.

Neulich fragte ich im Kaffeehaus Snanz, wieviel Uhr es sei.

„Einen Augenblick, bitte“, sagte er, sah auf seine Erbuhr — schlug den Kalender auf — lief zum Barometer — lief zum Thermometer — sah auf der Karte nach dem Breitengrade — schmiß eine wilde Formel aufs Papier:

$$R | (2.9 \sin 3 \varphi) \int \int \int \sqrt{\frac{\sum_{v=0}^{\infty} r^4 \cos^4 \varphi \sin^3 \lambda + v r^3}{D(n) r^2 \sqrt{\log \cos \varphi}}} = \frac{(x-a)^2}{2h^2}$$

und begann zu rechnen.

Als er eine Quartseite vollgerechnet hatte, wollte ich gehen. „Einen Augenblick, bitte“, sagte er und rechnete weiter. Dann ging ich und erledigte Geschäfte.

Als ich wiederkam, rechnete Freund Snanz noch immer. Wie er mich erblickte, sagte er: „Einen Augenblick, bitte“, und rechnete weiter. Soviel ich sehen konnte, war's die vierte oder fünfte Quartseite. Dann holte ich meine Frau ab und ging mit ihr ins Theater.

Nach dem Theater gingen wir ins Kaffeehaus. Dort saß Freund Snanz. Das Papier zum Rechnen war ihm ausgegangen. Der dritte Marmortisch war vollgerechnet. Ein wenig müde sah Freund Snanz schon aus. Eben zog er die letzte Wurzel aus dem Logarithmus, sah auf und sagte:

„Also, wieviel Uhr es ist, willst du wissen? Es ist — hm, es war genau sieben Minuten nach $1\frac{1}{2}$ Uhr.“ (I/1036)

Eine wichtige Anschrift:

Berlin NW 7, Bauhofstraße 7, Fernruf A 6 7834

Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks
Postscheckkonto Berlin 146784

Schriftleitung der UHRMACHERKUNST
Postscheckkonto Uhrmacherkunst, Amt Leipzig 103533

Arbeitsgemeinschaft der Deutschen Uhrenwirtschaft
Postscheckkonto Berlin 49041

Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel
Postscheckkonto Berlin 173424