

schiebt das noch viel zu wenig, wie man sich beim Durchwandern einer fremden Stadt immer überzeugen kann. Unausgeseht müssen wir deshalb dem Schaufenster unsere Aufmerksamkeit zuwenden, denn da läßt sich immer etwas verbessern. Mit gutem Grunde haben wir ja durch unsere Verkaufsberatung gerade dem Schaufenster die allergrößte Pflege angedeihen lassen. Wir haben mit allen Mitteln dafür gesorgt, daß die Schaufenster besser werden. Wir haben Anregungen gegeben, praktische Kurse eingerichtet, Entwürfe gemacht u. dgl. Das werden wir auch in der Zukunft als unsere allergrößte Aufgabe betrachten, und wir bitten alle diejenigen, die glauben, daß sie ihr Schaufenster besser machen können oder daß es verbesserungswürdig ist, sich an uns, an die Verkaufsberatung, zu wenden, die gern mit Rat und Tat zur Seite stehen wird.

Auch bei der Betrachtung des Schaufensters denken wir daran, daß das Fachzeichen richtig und schön an der Tür sitzt, daß es auffällt und das ganze Geschäft einen angenehmen und freundlichen Eindruck macht.

Aber auch im Laden sollen wir uns umsehen und einmal überlegen, ob denn alles noch richtig ist und zweckentsprechend. Wer nämlich läglic in seinem Laden steckt, sieht nicht so scharf wie derjenige, der zum erstenmal in einen Laden eintritt. Deshalb andere Geschäfte ansehen, damit man fähig wird, sein Geschäft mit fremden Augen anzusehen. Es gibt alte, gute Geschäfte, die heute in ihrer Inneneinrichtung nicht mehr der Zeit entsprechend aussehen. Das ist ganz selbstverständlich und bedeutet keinen Vorwurf. Sehen Sie sich einmal Geschäfte an, die in den letzten Jahren neu eingerichtet sind, und Sie werden finden, daß diese Geschäfte doch ganz anders aussehen. In diesen Geschäften fehlen z. B. die Ladenhüter, die in einem alten Geschäft immer vorhanden sind. Die hohen Schränke werden Sie vermissen, dagegen neuzeitliche, moderne, zweckmäßige, niedrige Ladenmöbel. Wir müssen uns einmal umtun, um kritisch unser Geschäft sehen zu können. Heraus mit den alten Ladenhütern, gleichgültig, ob man noch so sehr an ihnen hängt oder nicht. Alle ältere Ware muß zunächst einmal aufgemöbelt werden. Frische Kartuschen, neu gepußt mit neuen Etiketten, werden sie wieder verkaufsfähig machen. Denken Sie auch daran, alle Ware im Preise ganz erheblich herabzusetzen. Es hat keinen Zweck, sie etwas herabzusetzen, weil man glaubt, man könnte sie dann noch verkaufen. Nein, sie werden liegen bleiben; deshalb ist es richtig, den Preis gleich erheblich herunterzusetzen, so daß die Ware verkäuflich wird und sie dann unter allen Umständen loszuschlagen. Das Geld, selbst wenn es unter dem Einkaufspreis liegt, können Sie dazu verwenden, wieder neue moderne Ware zu kaufen, und damit ist es gut angewandt, während die alte Ware, wenn diese radikalen Maßnahmen nicht getroffen werden, einfach unverkäuflich bleibt und das ganze Geld verloren ist.

Ware, die überhaupt nicht zu verkaufen ist, soll man rücksichtslos ausscheiden. Wir sammeln ja jetzt Altmaterial, und da hinein in die Kiste. Es hat keinen Zweck, unverkäufliche Ware mitzuschleppen. Sie drückt das ganze Aussehen des Geschäftes, macht das Geschäft zu einem unmodernen, der Kunde hat das Gefühl, als wäre er in einem Laden, der nicht mehr auf der Höhe wäre. Deshalb heraus mit solcher Ware, rücksichtslos sein ist hier eine Wohltat.

Dann aber auch weiter: Wie steht es mit der Werkstatt? Die Werkstatt wird immer gewissermaßen als Stiefkind des Geschäftes angesehen, weil man nicht weiß, was man verdient, oder aus anderen Gründen. Das ist ganz falsch. Die Werkstatt ist die Grundlage eines Uhrenfachgeschäftes und muß deshalb sorgfältig gepflegt

werden. Auf ihr beruht das Wohlergehen des Geschäftes. Wenn sie umsatzmäßig auch nicht die Bedeutung hat, wie der Warenverkauf, so hat sie in bezug auf die Kundschaft, in der Beurteilung des Geschäftes, doch die entscheidende Bedeutung, und deshalb sollte man ihr die größte Pflege angedeihen lassen.

Vor allen Dingen muß natürlich eine Werkstatt überhaupt vorhanden sein. Das ist wohl eine selbstverständliche Voraussetzung eines Uhrenfachgeschäftes. Wo aus Bequemlichkeit die Werkstatt aufgegeben wurde, sollte man sie schleunigst wieder einrichten, selbst in den Zeiten des Gehilfenmangels. Mit gutem Willen läßt sich alles erreichen, und es werden ja auch Lehrlinge ausgebildet. Allmählich ziehen wir uns so wieder einen Stamm guter Gehilfen heran. Niemand kann verlangen, Gehilfen zu bekommen, wenn er nicht die Lasten der Lehrlingsausbildung auch auf sich nimmt.

In der Werkstatt selbst ist vieles zu verbessern. Hier hat auch die Technik Fortschritte gemacht. Die Großhandelsfirmen, die Ersatzteile liefern, haben das ganze Gebiet durchgearbeitet. Sie haben zweckmäßige Sortimente zusammengestellt u. dgl. Auch in bezug auf die Werkstoffausstattung ist manches zu verbessern, weil die Armbanduhrenarbeit heute ganz andere Werkzeuge erfordert als die Arbeit an großen Taschenuhren. Auch hier wird man manches verbessern müssen. Heraus mit dem alten Zeug, das nicht mehr benutzt werden kann, neue, zweckmäßige Einrichtungen geschaffen! Dann wird es auch hier vorwärts gehen. Das gehört mit zur Rüstung für das nächste Weihnachtsgeschäft.

Dann aber überlegen wir: Was brauchen wir für die Herbst- bzw. Weihnachtspropaganda? Ja, wir wollen das heute schon überlegen, denn die Erfahrung zeigt, daß es immer wieder zu spät begonnen wird. Deshalb überlegen wir einmal, wie wollen wir dieses Jahr zu Weihnachten werben, wie wollen wir dafür sorgen, daß unser Geschäft möglichst weiter umsatzmäßig steigt und in die Höhe kommt, wie können wir die jetzige Konjunktur ausnutzen?

Brauchen wir zur Herbstpropaganda Prospekte, so wollen wir uns jetzt umtun, wo wir sie herbekommen. Die Lieferanten stellen Prospekte zur Verfügung, und so wollen wir schon heute an sie schreiben und unsere Wünsche darlegen, damit sie darauf Rücksicht nehmen können. Wollen wir in den Kinotheatern für unser Geschäft werben, dann brauchen wir Diapositive, die richtig sein müssen und die deshalb auch schon jetzt in Arbeit genommen werden sollten. Vielleicht brauchen wir zweckmäßigerweise für das Diapositiv auch eine Sprechplatte, damit das Bild lebendiger wirkt, damit es mehr werbend wirken kann. Das muß jetzt vorbereitet werden. Wollen wir Werbebrieve verschicken, so sollten wir uns jetzt schon überlegen: Wo bekomme ich die Adressen her?

Die Adressen können auch jetzt geschrieben werden, dazu ist gerade die beste Zeit. Außerdem wollen wir uns überlegen, welchen Text wir wählen, und was sonst noch zu beachten ist. Wollen wir Anzeigen erlassen? Selbstverständlich! Dann müssen wir aber diese Anzeigen schon jetzt entwerfen, einspaltig, zweisepaltig, überlegen, welche Klischees wir brauchen, welchen Text wir benutzen können, und alles das vorbereiten, damit es fertig daliegt, wenn es gebraucht wird. Dann brauchen wir Plakate für das Schaufenster. Wir haben ja oben schon gehört, wie wichtig das Schaufenster ist. Deshalb überlegen wir auch heute schon, welche Plakate wir brauchen können, wie sie aussehen sollen, woher wir sie bekommen usw. Die Schaufensterdekoration gehört dazu. Da werden wir auch überlegen, ob wir etwas Neues aufwenden können, und wenn, dann wollen wir es jetzt in den Sommer-