

Hier aber eine Norm aufzustellen, halte ich für unmöglich oder zu weitgehend. Wir müssen auch damit rechnen, daß es bei Armbanduhren auf den Träger ankommt und die persönlichen Eigenarten eine große Rolle spielen. So kann getrost gesagt werden, daß die Hautausdünstung und vor allem die vielen säurehaltigen Creme und Parfüme, die auf die Haut geschmiert werden, nicht ohne schädlichen Einfluß für die Uhr und den Gang bleiben. Ich habe es mir angewöhnt, besonders die Aufzugkrone gut abzudichten, nicht nur des Schmutzes wegen, sondern eben wegen der Dunstgefahr. Eine unter die Krone gelegte Lederscheibe, gut eingefettet, hindert wenigstens die größten Schäden.

Die Zapfen werden, sofern Steine vorhanden sind, mit Cuypers 1929 geölt, bei Messinglagern verwende ich Chronometeröl, ich traue den sogenannten Vergoldungen

nicht bei billigen Uhren. Eine wesentliche Rolle spielt natürlich das Reinigen der Gänge selbst. Das Zylinderad jeder Uhr kommt ausnahmslos in Seifensauce, wird in Wasser gut abgereinigt und in Alkohol nachgereinigt.

Wenn ich noch des Sekundeneingriffes gedenke, so möchte ich erwähnen, daß ich diesen Eingriff sehr flach halte und den Zähnen möglichst viel Zahnluft gebe, um hier Störungen zu vermeiden. Auch der Prellstift muß gut sauber sein, um ihn nicht zum Kleben zu bringen, vor allem vermeide man es, den Stift mit den Fingern zu berühren.

Nachholen möchte ich noch und empfehlen, die Spirale auch in Alkohol zuletzt zu reinigen, um alle Fettteile zu verwischen. Das lästige Aneinanderkleben der Umgänge wird dadurch gemindert. Und dann noch eins: eine Armbanduhr im ganzen nicht zu stark ölen! (I/1391)



Ein guter Rat zur rechten Zeit

Die heulige Wirtschaftsauffassung verlangt nicht nur gute Handwerker, sondern darüber hinaus von jedem guten Handwerker, daß er auch ein ebenso guter Kaufmann sei.

In der Erkenntnis, daß zur Abwehr wirtschaftlich stärkerer und gewerbefremder Wettbewerber (Warenhäuser, Versandhäuser) eine rentable Geschäftsführung und eine intensive Werbung mit modernen Mitteln notwendig sei, schuf sich der Uhrmacher durch den Reichsinnungsverband eine Einrichtung, die ihm jederzeit mit Rat und Tat zur Seite steht: die „Verkaufsberatung“.

Jeder Uhrmacher weiß aus eigener Erfahrung, wie wichtig der fachmännische Rat ist, und so hat schon mancher Berufskamerad von seiner Verkaufsberatung sich durch passende Vorschläge und Werbemaßnahmen den Erfolg gesichert.

Nicht alle machten sich diese große Erleichterung für ihre Geschäftsführung zunutze. Vielleicht wissen sie noch nicht, daß man sich überhaupt in jeder Frage, die Geschäft und Werkstatt, Kundschaft und Mitbewerber betrifft, an die „Verkaufsberatung“ wenden kann. Mancher mag glauben, daß seine Sorgen nur ihn selbst angehen und nicht wichtig genug seien, die „Verkaufsberatung“ dafür zu beschäftigen; und gerade das sind die wichtigsten Fragen.

Die Verkaufsberatung soll ja die große Zentrale sein, die alle Erfahrungen aus dem Geschäftsleben des Uhrfachmanns sammelt und an die Berufskameraden weitergibt, denen solcher Rat nützen kann.

Uhrmacher im Reich, die Verkaufsberatung soll Euch die Arbeit abnehmen, die nicht in Euer Fachgebiet fällt, damit Ihr Eurer eigentlichen Bestimmung dienen könnt: dem Uhrmacherhandwerk.

Wo hilft die Verkaufsberatung?

Nun es gibt ja so viele Notwendigkeiten, die im Geschäftsbereich eines jeden Berufskameraden einmal auftauchen. Da ist ein Laden oder eine Werkstatt neu einzurichten oder umzubauen. Die Fassade des Hauses als unmittelbarer Teil um das Schaufenster soll ein günstiges Aussehen bekommen. Das Schaufenster wird zeitgemäß eingerichtet. Die Höhe, die Tiefe, Wand-

bekleidung, Aufbauten, Materialverwendung ist zu berücksichtigen, eine gute Beleuchtung soll die Auslagen in das „rechte Licht“ rücken, ein Schußgitter muß angebracht werden. Die Frage eines zugkräftigen Firmenschildes ist zu lösen, und dann wird auch einmal die Anschaffung einer modernen Reklameuhr erwogen.

Liebe Berufskameraden, diese und noch manch andere Fragen aus dem Geschäftsleben des Uhrmachers sind auch Euch nicht unbekannt, und jeder wird darum die Vorschläge der Verkaufsberatung gut verwerten können.

Nun kommen die Werbefragen!

Wer Geschäftsmann ist, weiß, daß die Eröffnung eines neuen Geschäftes, die Übernahme, die Verlegung nach einer anderen Straße, die Modernisierung des Ladens und der Werkstatt, das 25- oder 50jährige Jubiläum geeignete Gelegenheiten sind, um sich dem kaufenden Publikum bekannt zu machen. Es wird überlegt: was kann man da machen? Ein eindrucksvolles Fenster bauen, eine wirkungsvolle Anzeige aufgeben, einen gefälligen Werbefried schreiben. Aber wo nehme ich Bild und Text her, was darf ich dafür ausgeben?

Neuzeitliche Geschäftsdrucksachen sind notwendig. Wie sollen sie aussehen, welche Farbe, welche Anordnung ist brauchbar, wie komme ich zu einem eindrucksvollen Firmenzug? Woher soll man das alles wissen?

Hier hilft die Verkaufsberatung, sie macht Vorschläge und übernimmt auch die Herstellung der Werbemittel, falls am Ort keine Möglichkeit vorhanden ist.

Berufskameraden, die die Möglichkeit erkannt haben, planvolle Werbung zu treiben, begnügen sich nicht mit gelegentlichen Anfragen. Für einen geringen Betrag erhalten sie den von der „Verkaufsberatung“ mit aller Sorgfalt aufgebauten „Werbendienst“, der vierteljährlich alles bietet, was an Werbung zur Erhaltung und Erweiterung des Kundenkreises notwendig ist. Sie finden für die wirkungsvolle Dekoration des Schaufensters Vorlagen mit Farbenangabe und Schnittmusterbogen (in der Art, wie sie die Hausfrau in ihrer Modenzeitung findet). Damit kann man in ganz einfacher Weise aus buntem Plakatkarton seine Schaufensterplakate selbst herstellen.