nützt der geschickteste, psychologisch ausgeklügelte Werbetext, wenn der Kunde einen Menschen im Laden antrifft, der die aus dem Werbebrief oder dem Flugblatt vermutete Verbindlichkeit nicht besitzt, es also nicht versteht, den Kunden zu halten.

Viele oder große Inserate waren mir zu teuer. Das Geld dafür benutzte ich zum Aufbau. Kleine Inserate gingen unter. Außerdem wollte ich im Textteil inserieren, darum mußte ich einen Weg finden. Ich schrieb für die Zeitungen, mein Name mußte sich einhämmern, und das Publikum mußte erkennen, daß der Bildungsgrad eines kleinen Uhrmachers genau so wohltuend beim Verkauf empfunden werden kann, wie die routinierte Art eines großen Geschäftsmannes. Das mußte so sein, und es bewies sich als richtig. Mehr als „nur Uhrmacher" zu sein ist ein Ruf, der dem Handwerk dient. Neben der guten Werkstattleistung weckte diese Vielseitigkeit beim Kunden die Gewißheit des Besonderen. Sie führte weitere Kunden heran, die dieses Etwas ungefragt als Grund ihres Kommens angaben.

Ich kannte nie ein anderes Streben, als die Geschlossenheit dieses besonderen Eindrucks in allem zu bewahren und zu fördern. Immer wieder kontrollierte ich meine Schaufenster, duldete keine Unkorrektheiten, keine begriffenen Scheiben, kehrte häufig den Bürgersteig und trug auch dabei stets den weißen Kittel. Dieser ganze Einsatz war nicht nur Notwendigkeit, sondern auch Zweck, und wirkte, wie beabsichtigt, auf dem Vorübergehenden. Man muß das Geschick haben, Menschen zum Plaudern zu bringen, um sich selbst im Spiegel der Volksmeinung zu sehen. Das Geschick des Wortes erweist auch da seinen umfassenden Wert."

Uhr und Uhrmachergeschäft – ein Vergleich

F. Ebeling

Wenn wir als Uhrmacher von dem sinnvollen Mechanismus der Uhr sprechen, deren unentwegte Leistung den aufmerksamen Beobachter immer wieder in Erstaunen setzt, so ist es gewiß nicht abwegig, dieses rastlose kleine Kunstwerk als Symbol für unser eigenes Tun und Handeln, für Aufbau und Struktur unseres Geschäftes zu nehmen.

Also bitte, machen Sie sich allen Ernstes die Mühe und vergleichen Sie Uhr und Uhrmachergeschäft. Hier wie dort wird erst einmal der äußere Rahmen, das Gehäuse, in Augenschein genommen. Auch das Publikum erkennt den Ladenhüter unter den Geschäften. Diese Feststellung erscheint uns zwar im Augenblick nicht so wichtig. Auch die ältere Uhr wird ja heute gekauft, auch das veraltete Geschäft wird aufgesucht, wenn es noch Uhren hat. Aber nach dem Kriege ist das vorbei, da kauft man die gute Uhr in modernen, vertrauenswürdig aussehenden Geschäften.

Stecken Sie ein altes Werk in ein neues Gehäuse: es bleibt trotzdem eine alte Uhr. Auch die neue Fassade und Schaufenstereinrichtung tun es nicht allein, wenn Ihr Geschäftsbetrieb noch wie ein Zylinderwerk oder sogar wie die Schlüsseluhr aus Großvaters Zeiten läuft. Aber sagen Sie nichts gegen die kleinen Läden an sich. Mangel an Raum gibt es nicht, wenn der Geschäftsablauf so eingerichtet ist wie in einem modernen Uhrwerk. Unsere Uhren sind ja auch kleiner geworden im Laufe der Zeit.

Raumnutzwerk nennt man solch eine besonders geschickte Ausnutzung, die wir auch sinngemäß auf unser Geschäft übertragen wollen. Was gibt es gerade in kleinen Geschäften noch für tote Ecken, hohe Räume, die nur in der unteren Hälfte verwendet werden, während darüber die kahlen Wände auf den Besucher herabsehen. Wie wundervoll ausgenutzt und durchdacht sind Schlafwagen und Speisewagen der Schnellzüge. Schauen Sie einmal in die winzige Küche, die für 60 Mann Essen gibt, und nicht etwa nur Eintopf.

Aber zurück zum Vergleich mit dem kleinen Kunstwerk, das wir Tag für Tag zur Hand nehmen, das uns wirklich soviel zu sagen hat.

Jeder Uhrmacher weiß, daß die Güte einer Uhr nicht von der Zahl der verwendeten Rubinen abhängt. Das bedeutet, ein Uhrmachergeschäft wird nicht dadurch besser, daß für die Ausstattung des Ladens nicht etwa schlichtes Holz, sondern das pompöse Kaukasisch-Nußbaum verwendet wird, daß unser Schaufenster statt mit einfachem Molton mit Samt und Seide ausgeschlagen wurde. Nein, im Uhrwerk wie im Uhrmachergeschäft gilt als oberster Grundsatz gutes Material, sinnvolle Zusammensetzung, Genauigkeit, Ordnung und Sauberkeit. Ein unordentliches Geschäft erinnert an die Uhr, die nur mal „durchgepustet" wird. Sehen Sie, da haben wir's, und zu so etwas soll dann der Kunde Vertrauen haben. Sie meinen, er sieht das nicht? Gewiß nicht, die Fehler seiner Uhr kann er ja auch nicht sehen, aber er merkt sie schon und ist verärgert, kommt nicht wieder, und wir haben das Nachsehen.

Welcher Uhrmacher nimmt für eine 5¾ linige Uhr Ersatzteile, die für ein größeres Format bestimmt sind? So etwas gibt es doch gar nicht. Aber dafür in mancher Geschäftseinrichtung! Da haben wir Schränke und Regale in verschiedenen Höhen und Breiten, mit und ohne Verzierungen in lustigem Durcheinander. Oft müssen Waren oder Materialien, die zusammengehören, an verschiedenen Stellen untergebracht werden, nur weil die Einrichtung nicht nach einheitlichen Gesichtspunkten angeschafft worden ist. Und dann schauen wir einmal an die Wände und in die Wandschränke. Da stehen moderne Uhren friedlich neben alten Semestern, die schon längst ausrangiert und billig abgegeben werden mußten. Die Uhrengattungen Wand-, Küchen- und Schwarzwalduhren hängen lustig durcheinander. Der Kunde und selbst der Uhrmacher müssen erst lange suchen, um etwas Passendes zu finden.

In unserem Uhrwerk hat alles seinen bestimmten Platz, weil es dort hingehört — eine Selbstverständlichkeit, die jeder Uhrmacher auch auf sein Geschäft übertragen sollte. Und dann denken Sie einmal an die Ermahnungen, die man dem Kunden mit auf den Weg gibt: Nicht mit dem Taschenmesser in die Uhr, nicht auf die kalte Platte legen, nicht schütteln und anstoßen! In manchen Garantiescheinen stehen zehn und noch mehr Punkte, die der Kunde beachten soll. Bitte, stellen Sie für Ihren empfindlichen Geschäftsorganismus ebensolche Vorschriften auf, sie werden ihm gut tun.

1. Nutze jede Ecke Deines Geschäftes sinnvoll aus.
2. Teile die vorhandenen Schränke, Regale und Behälter zweckmäßig ein.
3. Halte größte Ordnung und Sauberkeit in Deinem Geschäft.
4. Hänge an Nägel, Schrankknöpfe, Schlüssel und Türklinken nicht irgendwelche Plakate, Schilder und Kartons mit Warenproben.
5. Was Du dem Kunden nicht verkaufst, laß ihn nicht sehen (Packpapier, Kartonnagen, Geschäftsbücher).
6. Wirf keine Kartons und Schachteln oben auf die Schränke. Sie sind kein Ablageplatz für überflüssige Sachen.
7. Bringe unter allen Umständen Helligkeit in den Verkaufsraum.

Bitte erweitern Sie selbst die Zahl der Grundsätze!

Die Unruh eines jeden Uhrmachergeschäftes ist der Uhrmacher. Er leitet den regelmäßigen Ablauf jedes einzelnen Geschäftstages. Er muß dafür sorgen, daß trotz der Erschütterungen von außen der Rhythmus seines Geschäftsganges doch möglichst gleichbleibend ist. Wie will er das machen, wenn er nicht selbst ausbalanciert und selbstsicher sein Geschäft in der Hand hat, damit es nicht nachgeht, genau so wie viele der Uhren, wenn sie nicht kontrolliert und durchgesehen werden.

Diese Selbstsicherheit beruht auf der Durchführung einer ordnungsmäßigen Buchführung, einer richtigen Kalkulation, einer modernen Geschäftsführung und einer guten Handwerksleistung.

Wenn die Spannkraft der Uhr erlahmt, dann setzt der Uhrmacher eine neue Feder ein, damit der Gang wieder ordnungsmäßig sich in den ewig festgelegten Zeitablauf einfügt. Auch im Geschäft erlahmt im Laufe der Jahre die Spannkraft, die für den Erfolg nun einmal notwendig ist. Alles nutzt sich mit der Zeit ab: die Einrichtung, die Menschen, die im Geschäft stehen, und ihre Methoden. Berufskamerad, prüfen Sie Ihr Geschäft mit der gleichen Sorgfalt, mit dem gleichen Wissen um die Funktion, wie Sie Ihre Uhren ansehen! Seien Sie ehrlich mit sich selbst! Es ist nicht alles mit „Kriegszeiten" zu entschuldigen. Seien Sie argwöhnisch! Daß etwas nicht stimmt, stellen Sie fest am Wegbleiben der Kunden, am ständigen Rückgang der Einnahmen, an der wachsenden Zahl der Ladenhüter, an der Mangelhaftigkeit des Warenlagers und an vielen anderen Merkmalen, wie sie der prüfende Uhrmacher auch an seinen Uhren wahrnimmt.

Und man wäre doch ein schlechter Uhrmacher, sollte man hier wie dort die Reparaturen nicht zur Zufriedenheit ausführen.

2. Kriegswinterhilfswerk 1940/41

Der Führer:

Das WHW. ist die freiwillige Organisation der Deutschen Volksgemeinschaft in ihrer praktischen Auswirkung.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19400100/433