

Allgemeine Uhrmacher-Zeitung

Internationales Fachjournal
für Uhrmacherei und ver-
wandte Berufszweige

Verbands- Organ

Zeitschrift für die Fortschritte
im Uhrmachergewerbe, In-
dustrie und Wissenschaft

Erscheint am 1. und 15. jeden
Monats. Abonnementspreis
halbjährlich Mk. 3,— für
Deutschland bei allen Post-
anstalten u. Buchhandlungen.
Für das Ausland Mk. 4,—
bei direkter Zusendung unter
Kreuzband durch die Post.
Post-Zeitungsliste: Seite 7 der
Zeitungspreisliste für 1905.



.. Preis der Anzeigen: ..
Die viergespaltene Nonpa-
reille-Zeile 30 Pf. unter Ra-
battgewährung bei Wieder-
holungen.
Beilegung von Prospekten
unterliegt besonderer
Vereinbarung.

Offizielles Organ des Deutschen Uhrmacher Gehilfen-Verbandes.

Redaktion: C. Schulte, Berlin S.W., Kochstr. 25. Telephon Amt IV, 7791.	Berlin, den 1. Juni 1906.	Expedition: Arthur Krüger, Görlitz Jakobstrasse 10. Fernsprecher 234
W. Lehmann, I. Vorsitzender Berlin S. 42 Brandenburgstrasse 18, I.	Central-Geschäftsstelle: Carl Schulte Berlin S.W., Kochstrasse 25.	Ernst Knuth I. Cassierer des Deutsch. Uhrm.-Gehilfen-Verbandes Berlin S.W., Kochstrasse 25.

Das kaufmännische und handelswissen- schaftliche Wissen des Uhrmachers.

Ueber

Geschäftsanknüpfung und Konkurrenznutzung.

Von Bruno Volger, Dozent für Handelswissenschaften.

(Nachdruck verboten.)

Das ist auch so ein Problem des Geschäftslebens, dieses: wie knüpft man Geschäfte an? Viel Kopfzerbrechen verursacht Vielen die Antwort. —

Es gibt der Wege mehrere, auf denen man eine oft sehr rentable Geschäftsanknüpfung erreicht. So ist z. B. einer dieser durchaus modernen Wege, die Reklame; allerdings ein kostspieliger Weg, meist aber ein Erfolg, besonders wenn man es versteht und gelernt hat, den Weg richtig zu gehen. Sehen wir hier aber einmal von dem Wege der Geschäftsanknüpfung durch geschickte, ökonomisch verteilte Reklame ab und wenden uns der Geschäftsanknüpfung zu, wie sie der kleinere Kaufmann, der Mittel- und Gewerbestand zum Betriebe recht nötig hätte.

In den Kreisen der mittleren Kaufmannschaft und denen des Gewerbes liegen die Verhältnisse meist so, dass der Kunde selbst zum Kaufmann oder Gewerbetreibenden kommt. Der Geschäftsmann kann hier nicht allzu vieles tun, als stets bestrebt sein, das Lob der Kunden nach jeder Hinsicht — besonders der des persönlichen Verkehrs und der Güte der Leistung, der Ware — sich zu verdienen — und zu erhalten trachten. In einer Hinsicht nun mangelt es gar sehr, das ist in der Art und Weise des persönlichen Verkehrs; hier scheitern weit mehr Geschäftsleute als am zweiten Punkte, der Güte der Arbeit, sei diese nun Leistung oder Ware. Man denke nur

nicht, dass es so leicht ist, den Kunden gerade nach der Seite der persönlichen Behandlung gerecht werden zu können. Wer die Gewinnung und Vermehrung und besonders die Erhaltung der Kundschaft lediglich von der Güte und eventuell Menge der Ware abhängig machen will, oder glaubt, dies auf die Dauer zu können, wird sich bald getäuscht sehen und wird erkennen, dass er nur halb die nötigsten Voraussetzungen erfüllte, denn selbst die gute und erste Ware büsst ein wenn die ihr gesellte Art und Weise der Kundenbehandlung nicht ebenfalls „gut und erster Güte“ ist. Ganz besonders durch diese Art und Weise der Bedienung muss man suchen, die Aufmerksamkeit der Kundschaft auf sich zu lenken. Man wird alsdann in kurzer Zeit konstatieren können, dass man seitens der zunehmenden Kundschaft „gesucht“ wird. Denn das liebe Publikum besinnt sich dessen zuerst, der am liebenswertesten zu sein verstand, dabei die feine Kunst besass, Liebenswertigkeit von widerlicher Aufdringlichkeit — beides tausendfältig in einen Topf geworfen — zu trennen. Man suche dem landläufigen Worte „einen Kunden richtig nehmen“ den tieferen Sinn ab! Die richtige Kundenbedienung erfordert nichts oder nur Fleiss, oft verlangt sie Verleugnung des eigenen Ichs, der persönlichen Ueberzeugung und noch mehr — weil der Kunde es will und die Klugheit und das Geschäftsinteresse es fordern, auf des Kunden Wünsche und Sonderinteressen einzugehen, nicht um der eigenen Persönlichkeit, sondern lediglich um des geschäftlichen Nutzens willen. Dies ist moralisch — — denkt der christlich gesinnte Moralphilister? Aber — — die Kehrseite der Medaille betrachtet — — ist es denn moralisch, sich selbst wissentlich dem geschäftlichen Rückgang auszuliefern?

Bedienen, K u n d e n bedienen heisst: stets beobachten, um den Kunden kennen zu lernen, um seinen Eigenheiten und meist unausgesprochenen Wünschen, auf deren Erraten er seitens des Geschäftsmannes Gewicht legen würde, freiwillig