

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,50 RM, unter Streifenband 1,85 RM. Für das Ausland unter Streifenband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend. Bestellungen an die Geschäftsstelle erbeten.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,- RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,5 RM).

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Merkur 4660, 4661, 7684

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 7, Jahrgang 51

Berlin C 2, Breite Straße 8-9

12. Februar 1927

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

Verkauf technischer und elektrischer Uhren und Uhrenanlagen

I. Die Orientierung

Der Verkauf ist stets der Schlußstein des Handels: die Hingabe der geforderten Ware gegen den geforderten Kaufpreis. Die verschiedenen Wege, die zum Verkauf führen, sind mannigfaltig, und ihre Güte bleibt abhängig von der Fähigkeit und Tüchtigkeit des Verkäufers. Aber jeder Verkauf setzt auch einen Einkauf voraus. Die fortgesetzte Wiederholung von Einkauf und Verkauf bezeichnen wir als Handel. Der Uhrmacher von heute ist meistens auch Uhrenhändler, er ist, um seine eigenartige Stellung in der Wirtschaft richtig zu kennzeichnen, Uhrmacher-Kaufmann. Die fortschreitende Technik zwingt ihn, der kaufmännischen Betätigung sein besonderes Augenmerk zu widmen. Die ständig sich steigernde Technik schuf die elektrische Uhr. Obwohl sie eine sehr nahe Verwandte der mechanischen Uhr ist, vermochte der Uhrmacher ihr leider keine sonderliche Liebe entgegenzubringen. Etwas spät wird nun doch die Verwandtschaft erkannt, und es wird versucht, die Beziehungen aufzunehmen. Fachschulen, Verbände und örtliche Organisationen haben in letzter Zeit zahlreiche Kurse eingerichtet, um die notwendige Einführung in die technische Materie zu vermitteln. Wenn der Uhrmacher mit seinen neu gewonnenen Kenntnissen in sein Geschäft zurückkehrt, dann ist die Zeit für die praktische Anwendung seines Wissens gekommen. Nun steht er vor der meistens recht schwerwiegenden Frage, wie er sich geschäftlich weiter verhalten soll. Soll er das neue Geschäftsgebiet nur von Fall zu Fall pflegen, oder soll er es zielbewußt derart auf- und ausbauen, daß ein neuer Zweig neben dem alten Geschäft entsteht?

Wer sein erworbenes technisches Wissen derart anwenden will, daß er einer ab und zu an ihn herantretenden Lieferungsanfrage nach einer technischen oder elektrischen Uhr insofern genügt, als er dem Interessenten ein Angebot macht und nach erfolgtem Auftrage ausführt, wertet seine Kenntnisse zufallsweise aus, eben dann, wenn durch irgend eine Ursache, sei es

durch Empfehlung oder aus anderen Gründen, ein Interessent selbst die Initiative zum Kaufe ergreift. Wenn der eine oder andere Uhrmacher auf diesem Wege seine neue Arbeit als Aufgabe zu erfüllen sucht, daß er die Verkaufsgestaltung mehr oder weniger dem geschäftlichen Zufall überläßt, so bleibt es doch notwendig, sich in vielen Dingen des geschäftlichen Alltags umzustellen, hinauszuwachsen über den bis jetzt gepflegten Verkauf „Hie Wunsch — hie Ware!“ Selbst diese zufällige Geschäftsart erfordert außer den rein technischen Kenntnissen die Beherrschung kaufmännischer Gepflogenheiten. Der neue Käufer will anders behandelt sein als jener, der irgend eine mechanische Uhr kauft, denn dieser ist Käufer aus dem Bedürfnis seiner Privatsphäre heraus, während jener, wenigstens vorläufig, ein Bedürfnis aus der Geschäfts- oder Berufssphäre heraus zu befriedigen wünscht. Aus diesem Gegensatz heraus erklärt sich teilweise die Verschiedenheit der Verkaufsmethoden. Ferner kommt noch hinzu, daß die „neue“ Ware natürlich eine andere Behandlung fordert, und daß sie auch in der Mehrzahl der Verkaufsfälle erst angeschafft werden muß. Für eine Orientierung nach der Seite des geschäftlichen Zufalles genügen zweifellos schon allgemeine Kenntnisse, sowohl technischer als kaufmännischer Natur. Es handelt sich darum, kommerziell zu wissen, wie die jeweiligen Lieferungsanträge ausgeführt werden können, welche Firma diese oder jene gefragte Uhr herstellt, wie sie beschaffen ist, wie hoch sich der Preis stellt, kurz um Fragen, die jeden Verkauf beeinflussen, wie Warenbezug, Qualität und Preis. Da nun für den einen die Qualität ausschlaggebend ist, während es für den anderen der Preis ist, so wird es sicherlich zweckmäßig sein, verschiedene Lieferfirmen zu kennen und deren Kataloge zur Hand zu haben, um im Bedarfsfalle einen Kunden nicht deshalb zu verlieren, weil ihm vielleicht gerade das Fabrikat nicht zusagt, das sonst üblicherweise von dem betreffenden Uhrmacher vertrieben wird.