Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,— RM in Landeswährung (6 U. S. A. $, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend, Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin C 2, Breite Straße 8-9.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis × Multiplikator 1,7 RM).

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: E 1 Berolina 5641

Uhren-, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 10, Jahrgang 54 * **Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin C 2** * **8. März 1930**

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Betrachtungen zum Verkauf elektrischer Uhrenanlagen

Von Oberingenieur F. Thiesen

Es gibt ein schönes Komikerwort aus den neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts: „Wenn meine Tante Räder hätt', dann wärs' 'n Omnibus." Treffend geißelt dieses Wort alles auf falscher Grundlage Aufgebaute, alle falschen Voraussetzungen. „Wenn ich reich heirate, eröffne ich ein feines Geschäft" — es fehlt aber die reiche Braut! „Wenn ich meinen Konkurrenten unterbiete, vermehre ich mein Einkommen" — der Konkurrent hat aber seiner Preise wegen bereits den Dalles! Und zu den nachstehenden Ausführungen: „Sobald ich es nötig habe, und wenn ich nur will, verkaufe ich auch elektrische Uhren und Uhrenanlagen" — man weiß aber nicht, wie!

So sicher es ist, daß der Uhrmacher aus rein wirtschaftlichen Gründen heraus gezwungen werden wird, sich mit allem Eifer dem Verkauf von Uhrenanlagen zu widmen — die Einzeluhren sind meiner Ansicht nach von untergeordneter Bedeutung —, so sehr wird es wünschenswert sein, daß die einzuschlagenden Wege, die anzuwendenden Verkaufsmethoden vor Beginn der Tätigkeit erforscht und festgelegt werden. Je mehr und gründlicher dieses geschieht, um so sicherer wird der Uhrmacher die Überzeugung gewinnen, daß er sich stark umzustellen hat, daß er seine Ladenpraxis auf den Verkauf elektrischer Uhrenanlagen nicht anwenden kann. Für die in Uhrmacherkreisen allgemein geltende Ansicht, der Verkauf solcher Uhrenanlagen könne keine besonderen Schwierigkeiten bieten, wird mancher Ladeninhaber das Argument in Bereitschaft haben, daß ja seine Frau oder seine Verkäuferin, die doch als Fachleute nicht angesprochen werden können, täglich Taschen- und Wanduhren verkaufen. Hier handelt es sich bereits um die erste und ganz gründlich falsche Voraussetzung.

Der Kunde des Uhrmachers ist ein Laie auf dem uhrentechnischen Gebiete, er verläßt sich auf den Ruf des Geschäftes, in welchem er seinen Kauf tätigt. Er kann nur höchstens nach der Güte der Uhr ganz allgemein fragen, seine Unkenntnis verbietet ihm jede spezielle Erkundigung nach Einzelheiten. „Planteur und Burin sind zusammengekommen", erklärte ein lustiger Uhrmachergehilfe vor dreißig Jahren jedem Kunden den Fehler einer stehengebliebenen Taschenuhr. Somit ist es einem Kunden gleich, ob der Inhaber selbst oder seine Frau bedient, wenn nicht in vielen Fällen die Dame dem vom Werktisch aufgestandenen verärgerten Uhrmacher noch vorgezogen wird, denn sie wird entschieden zuvorkommender und liebenswürdiger sein. Kommt aber der leider selten gewordene vermögende Kunde in den Laden, der eine Uhr im Preise von 100 bis 500 RM kaufen will, wird sich dieser von der weiblichen Verkaufskraft auch ohne weiteres bedienen lassen, und wird diese selbst es auch nur wollen? Nein, da wird von beiden Seiten der Inhaber gewünscht. Na also, so ähnlich ist es bei den elektrischen Uhren immer!

Bei jedem Verkauf von Nebenuhren und Uhrenanlagen handelt es sich erstens um eine größere Summe. Somit ist stets ein Kaufmann am Werke, sich über Preise und Qualität ein möglichst einwandfreies Urteil zu bilden. Es werden daher, fast immer auf Grund von voraufgegangenen Vertreterbesuchen, schriftliche Angebote gefordert und miteinander verglichen. Da der Kaufmann der für den Kauf interessierten Firma oder Behörde Laie ist, so verlangt er von den Vertretern die umfassendsten Auskünfte, um erstens eine zweckentsprechende Anlage zusammenstellen zu können, und um zweitens sich über die Qualitäten ein Urteil zu bilden. Also schon die Höhe der Beschaffungssumme allein verpflichtet den Kaufmann zur Vorsicht beim Einkauf. Daraus aber entsteht weiter in fast allen Fällen eine Unentschlossenheit der Firma zum Kaufabschluß, die dem Geschäft sehr hinderlich ist und die Auftragserteilung oft monatelang hinzieht. Diese dem Uneingeweihten kaum verständliche Verzögerung hat ihre Ursache in den verschiedenen Preisen und Qualitäten der Uhren, in den sich widersprechenden Angaben der Vertreter und der Unkenntnis des Kaufmannes. Handelt es sich um größere Firmen oder um Behörden, so verlaufen die Verhandlungen ebener und

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19300000/173