

## Sprechsaal<sup>\*)</sup>

### Gepreßte oder montierte Juwelen und Goldwaren?

Zu der in Nr. 47 v. J. angeschnittenen Frage kann ich folgendes ergänzen:

Wenn ich auch in Juwelen nicht die erforderliche Erfahrung besitze, so habe ich aber gerade Erfahrung in dieser Richtung bei Goldsachen sammeln können. So eröffnete an meinem Ort z. B. ein junger Goldkünstler eine Werkstatt und warf sich dabei gleich stolz in die Brust mit einer Ankündigung: „Neuanfertigung“. Nun, Gelegenheit ist des öfteren da; z. B. der Kunde wünscht unbedingt ein besonderes Muster, die Ringgröße paßt aber nicht usw. Oft ließ ich in solchen Fällen den Ring bei dem Kollegen Goldschmied anfertigen.

Nun kam der wunde Punkt. Während die Maschine einen solchen Ring in vollkommen gleichmäßiger Weise zierlich und gefällig herstellt, ist dies bei dem handgearbeiteten nicht möglich, ganz abgesehen vom höheren Preise. Bei einem Ringe von etwa vier Gramm netto sind mindestens drei Gramm Abfall. Der Grund ist der, daß es auch dem gewandten Goldschmied einfach unmöglich ist, den Gegenstand so fein und zierlich auszuarbeiten wie die Maschine; stets hatte ich auch in meinem Falle etwas zu bemängeln: Der Kopf war z. B. schief oder einseitig, und niemals kam der Ring hinsichtlich der Feinheit der Ausführung an den Maschinenring heran.

Einen großen Vorzug hat dagegen der handgearbeitete Gegenstand und zwar den der größeren Haltbarkeit. Während die Maschine den Ring bis auf Papierstärke ausarbeiten, d. h. pressen kann, muß der Goldschmied doch schon bei der Verarbeitung mehr auf Haltbarkeit sehen; es ist ihm technisch einfach unmöglich, solche papierhauchdünne Gegenstände verarbeiten zu können, wie es die Maschine kann.

R. M.

Es ist durch diese Mitteilung erneut bestätigt, daß Maschinenarbeit an sich das Erzeugnis sogar veredelt. Nur das so oft auftretende, vom „Schrei nach dem billigsten Preis“ diktierte Bestreben, am Material und an der Vollendung „noch mehr“ zu sparen, als dem natürlichen Verarbeitungsprozeß entspricht, dann aber oft auch die künstlerische Ideenlosigkeit mancher Hersteller, die oft gute Muster schlecht kopieren, sind die Ursachen, daß manchmal aus Maschinenarbeit „Kitscharbeit“ wird. Im Durchschnitt ist das nicht der Fall. Auf der anderen Seite darf man die vom Kollegen R. M. gemachten Erfahrungen auch nicht verallgemeinern. Nicht jeder junge Handarbeiter ist ein vollendeter Meister seines Faches, und gerade heute macht sich mancher selbständig, aus Stellenlosigkeit, dem Wanderjahre noch nötig wären. Auch das gehört bekanntlich zum Kapitel: Handwerk oder Maschine?

Die Schriftleitung.

### Dienst am Kunden

In Nr. 9 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. wurde in dem Aufsatz „Wie Dienst am Kunden Unsinn wird...“ der vielfach von den Uhrmachern und Juwelieren geübte allzu weitgehende Kundendienst an Hand zweier krassen Beispiele mit vollem Recht gegeißelt. Aber um der Gerechtigkeit willen, und auch um eine praktische Anregung zu geben, möchte ich doch bemerken, daß die Einzelhändler nicht allein an diesen mißlichen Zuständen schuld sind. Warum lehnen die Großhändler und die Fabrikanten solche Aufträge, bei denen sie mit Sicherheit Geld zusetzen und Ärger riskieren, nicht einfach ab? Oder weswegen schreiben sie dem Besteller nicht eine Karte: „Die Anfertigung des Ohrringes wird 4 RM kosten. Ich bitte um Nachricht, ob der Ohrring für diesen Preis geliefert werden soll.“ So aber haben nur die Post und die Kundin ein Geschäft gemacht, und die Kundin hält, was am schlimmsten ist, den Kollegen, der für den Ohrring zunächst 4 RM verlangte und ihn dann für 2,50 RM abgab, für den teuren Mann; denn daß bei der Lieferung zu 2,50 RM nichts verdient sein soll, glaubt sie einfach nicht.

Schließlich hat der Einzelhändler ja auch nicht einen so guten Überblick wie der Fabrikant oder der Großhändler darüber, ob der nachverlangte Gegenstand noch regulär vorrätig ist oder eigens angefertigt werden muß. Im ersteren Falle sähe die ganze Geschichte doch zweifellos erheblich weniger grotesk aus als im zweiten.

Immerhin könnte sich ja auch eine vernünftige Kundin selbst sagen, daß ein halbes Paar Ohrringe nicht den halben Preis eines ganzen Paares kosten könne. Bei Handschuhen leuchtet Fräulein Maier das ja auch ohne weiteres ein, zumal man den linken Handschuh nicht an die rechte Hand ziehen kann und umgekehrt. Aber auch bei Ohrringen müßte sie sich doch fragen, was der Unglücksmensch von Lieferant mit dem übrigbleibenden Ohrring machen soll, da diese Schmuckstücke üblicherweise doch nur paarweise auf Lager gehalten und bezogen werden. Und wenn sie von selbst nicht auf diesen Gedanken kommt, dann müssen wir sie eben mit ein paar freundlichen, je nach dem Falle auch scherzhaften Worten darauf bringen.

Der Hauptgrund dafür, daß in dem Kundendienst von uns Einzelhändlern immer noch so viele Exzesse begangen werden (auch die übermäßige Senkung der Reparaturpreise gehört in dieses Kapitel), ist in der in unseren Kreisen weitverbreiteten Angst zu erblicken, den Kunden zu verärgern und ihm das Wiederkommen zu verleiden. Fühlten wir uns sicherer in der Kunst der Kundenbehandlung, wären wir gewiß, durch die Art unserer Darlegungen die Kunden in der weit überwiegenden Zahl aller Fälle wirklich zu überzeugen und ihnen dadurch mehr zu imponieren als durch übermäßige Liebedienerei, dann würden wir uns auch viel leichter dazu entschließen, den allzu weit getriebenen Wünschen gegenüber die durchschlagenden, also überzeugenden Gründe des seinen Stoff völlig beherrschenden Fachmannes geltend zu machen, in einer auf die Wesensart des Kunden wohlhabgestimmten Weise und in der verbindlichsten Form, versteht sich, und ihm die Beschaffung eines neuen modernen

\*) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.

Stückes zu empfehlen. Aber dabei ja nicht über das alte Ding von Uhr oder Schmuckstück, an dem wer weiß wie viele süße Erinnerungen hängen, abfällig reden! Diese Bemühungen werden durch die Tatsache unterstützt, daß die Preise seit dem Kauf des alten Gegenstandes erheblich gesenkt wurden. Das ist aber auch richtiger Dienst am Kunden! Neue Ware bringt doch, wenn sie für den gegebenen Fall richtig ausgewählt wurde und die Bezeichnung „Qualitätsware“ wirklich verdient, neue Freude und leistet bessere Dienste als die alte; das merkt der Kunde bald von selbst, auch wenn man es ihm nicht ausdrücklich versichert hat. Und diese Zufriedenheit wird sich auf die Dauer günstig für uns auswirken. Wägen wir es nur einmal, so zu handeln! Die Übung bringt es dann bald dahin, daß wir immer den gewinnenden Ton treffen und selbst dabei gewinnen.

J. B.

Man darf im Kundendienst nicht zu weit gehen, gewiß nicht. Aber man darf auch nicht in das Gegenteil verfallen! Der goldene Mittelweg, den es also zu wählen gilt, wird freilich in der Praxis nicht immer mit Sicherheit zu erkennen sein, zumal die verschiedenartigsten Temperamente, Veranlagungen und Stimmungen bei den Verkäufern wie den Kunden ein gewichtiges Wort mit-sprechen. Eines aber kann und muß unbedingt beibehalten werden, auch wenn der Kunde auf seinem Vorhaben besteht und der Geschäftsinhaber nicht darauf eingehen will: Höflichkeit wie zuvor! Kein eisiges Verstummen! Kein langsames und um ein paar Sekunden später als üblich erfolgendes „Auf Wiedersehen!“ Das sind Demütigungen, die nie verziehen werden. Vielmehr: unverändert verbindlich sein gegen den Kunden und ihn zur Tür geleiten, gerade dann, auch wenn diese Höflichkeitsbezeugung sonst in dem Geschäft nicht die Regel bildet! Möglich, daß er nicht wiederkommt, aber vielleicht doch; der Faden ist wenigstens nicht abgerissen.

Die folgenden Beispiele nicht ausreichenden Kundendienstes dürften in dieser Hinsicht lehrreich sein. Sie stammen von einem unserer Mitarbeiter, der über die Verhältnisse im Uhrgewerbe gut unterrichtet ist.

Die Schriftleitung.

Das Glas meiner Armbanduhr war zerbrochen. Ich suchte deshalb einen in meiner Nähe wohnenden Uhrmacher auf, um das Glas ersetzen zu lassen. Da ich kein Freund der unzerbrechlichen Gläser bin, so verlangte ich ein gewöhnliches Glas. Darauf wurde mir erklärt, daß solche Gläser nicht mehr geführt würden. Der Preis eines unzerbrechlichen Glases wurde mir mit 1,40 RM genannt. Als ich höflich darauf aufmerksam machte, daß ich aus bestimmten persönlichen Gründen unzerbrechliche Gläser nicht gern sähe, belehrte mich der Geschäftsinhaber dahin, daß dies eine völlig rückständige Ansicht sei. Gleichzeitig gab er mir zu verstehen, daß sich über den Preis, wenn mir 1,40 RM zuviel seien, reden ließe. Ich dankte ihm für die Aufklärung, verzichtete aber auf die Einsetzung des Glases durch ihn.

In einem anderen, ganz in der Nähe des ersten gelegenen Geschäftes wurde mir auf die Frage nach einem gewöhnlichen Glase gleichfalls eröffnet, daß diese Gläser nicht mehr geführt würden. Der Preis eines unzerbrechlichen Glases wurde hier mit