

Schrank aufgehoben werden. Es ist ein befreiendes Gefühl, wenn man dem Kunden, falls er sich nicht entschließen kann oder neckisch fragt: „Ist das Ihre ganze Auswahl?“ noch Reservewaren vorlegen kann. Dies ist meist bei teuren Warengattungen sehr zu empfehlen (aber das Lager darin nicht unnötig groß halten!) und verfehlt selten die Wirkung.

Aber auch Sie selbst, lieber Herr Kollege, müssen Ihre eigene Persönlichkeit etwas aufmöbeln! Es geht nicht an, daß Sie immer wieder sagen: „Na, dieser Anzug tut zum Arbeiten noch gut, und den speckigen Rockkragen kann ich mit etwas Benzin selbst reinigen!“ Legen Sie sich ruhig ein bis zwei weiße Arbeitsmäntel zu. Empfangen Sie nicht jeden Kunden, der in den Laden kommt, selbst, als ob Sie weiter nichts zu tun hätten. Überlassen Sie es ruhig jemand anderem, zu empfangen und das Verkaufs- oder Reparaturgeschäft einzuleiten. Es wirkt besser, wenn Sie später, vielleicht durch ein Klingelzeichen gerufen, auf der Bildfläche erscheinen und sozusagen das letzte fachmännische Urteil abgeben. Ich habe einen guten Freund, der Rechtsanwalt ist, der, auch wenn er sich noch so langweilt, seine Mandanten immer etwas warten läßt. Und so sieht ihn jeder als den vielbeschäftigten Mann.

Es wäre sehr gut, wenn Sie davon etwas annehmen und sich nicht gleich an der Ladentür so hungrig auf jeden Eintretenden stürzen würden. Beschäftigte Menschen erhalten immer den Vorzug. Bieten Sie ruhig Ihren Stammkunden, wenn einer davon allein im Laden ist, auch einmal eine Zigarette an; es plaudert sich dann leichter. Der Kunde geht aus sich heraus; er wird Ihnen erzählen, wer sich verlobt hat, wer eine Standuhr braucht usw. Kurz, das ganze Verhältnis wird persönlicher. Aber klagen Sie nie über einen schlechten Geschäftsgang; Sie wissen nicht, wieviel Sie sich selbst dadurch schaden. Geben Sie immer etwas Werbematerial mit. Sagen Sie, daß Sie heute bei einer Werbung gehört haben, daß eine Firma für 50 RM einen Anzug und einen Mantel gibt, erklären Sie, immer auf den betreffenden zugeschnitten, daß Sie auch für 50 RM eine Herrenarmbanduhr, eine Küchenuhr und einen kleinen Stilwecker oder ähnliche Zusammenstellungen geben können.

Sehen Sie, so ähnlich kommt man ins Gespräch. Erzählen Sie Ihren Kunden etwas von Ihren Arbeiten am Werkstisch. Da hört jeder gern zu, führen Sie ihn aber auch an Ihren Arbeitsplatz (der selbstverständlich immer in Ordnung sein muß), und zeigen Sie beiläufig einige Werkzeuge und Instrumente. Der Mann wird Sie höher achten; falls er aber auf einen Kollegen schimpft, fallen Sie nicht gleich ein. Sagen Sie ganz vornehm: „Der Herr Kollege mag sich vielleicht in seiner Sache geirrt haben.“ Das macht einen viel besseren Eindruck, und Sie brauchen keine Angst zu haben, daß der Pfeil auf seinen Schützen zurückspringt.

Sorgen Sie für Ihre Allgemeinbildung; versuchen Sie, Neues zuzulernen, und lassen Sie Ihrem Kunden immer Recht. Sie werden sich viel Ärger und Scherereien ersparen und als guter Geschäftsmann gepriesen werden. Seien Sie absolut nicht kleinlich; machen Sie ruhig mal eine kleine Sache „ums Wiederkommen“; es trägt bestimmt reichlich Zinsen. Lassen Sie sich in Vereinen, in denen etwas zu verdienen ist, öfters sehen, und vergessen Sie nicht, hier und da einen Preis zu stiften. Sie sollen sehen, wie sich das herumspricht.

Inserieren Sie nicht zu groß, lieber öfter. Bauen Sie, wenn es Ihnen möglich ist, selbst ein bewegliches Schaufensterstück aus einem Weckerwerk, und schrecken Sie nicht zurück, wenn Sie einmal eine kleine scherzhafte Sache werbetechnisch ausnutzen können. Wer die Lacher auf seiner Seite hat, hat schon gewonnen.

Haben Sie immer einige Gelegenheitskäufe an der Hand, einen Brillantring, eine goldene Uhr usw., wenn Sie auf veraltete Schmucksachen und dergleichen zu sprechen kommen. Ich habe jahrelang ein Schild im Schaufenster gehabt: „Ich nehme jede alte Uhr bei Kauf einer neuen Uhr in Zahlung.“ Das ist eine Sache für sich, das macht Ihnen kein Kauf- und

Versandhaus nach! Wenn die alte Uhr keinen Ausschlachtwert hat, werfen Sie sie ruhig in den Mülleimer oder legen Sie einen Uhrenfriedhof an. Sie leisten dadurch den anderen Kollegen und der Industrie große Dienste. Nehmen Sie so ein altes Stück aber erst dann für einen festen Preis an, wenn der Verkaufswert der neuen Uhr feststeht. Z. B. hat ein Kunde eine alte silberne Zylinderuhr mit zerbrochenem Zylinder, aus der er das Härchen (die Spirale) schon herausgezogen hat. Beim Verkauf einer Uhr zu 3,50 RM können Sie ruhig 0,50 RM abrechnen. Das Geschäft ist gleich perfekt; 0,50 RM bringt das Gehäuse; die Zeiger, Krone und Welle usw. können gelegentlich verwertet werden. Kauft der Kunde aber eine goldene Herren-Savonnetteuhr zu 150 RM, so nehmen Sie seine alte Uhr großzügig mit 5 bis 8 RM in Zahlung. Es ist besser, als wenn er Ihnen 10 RM herunterhandelt und vielleicht das Geschäft verschleppt. So ist es auch mit alten Trauringen und dergleichen, und haben Sie erst die nötige Übung in dieser Sache, dann geht es von alleine.

Meckert wirklich einmal einer, das bißchen Ausblasen an seiner Uhr wäre zu teuer, so sagen Sie ihm ruhig, daß die „Blasgebühren“ vom Wirtschaftsverband so festgelegt seien. Lassen Sie sich bei sämtlichen Uhrenreparaturvoranschlägen zwei Wege offen. Z. B. Sie nehmen einen Regulator zur Reparatur an, der wie üblich verstaubt ist. Der Kunde weiß selbst, daß die Uhr seit 25 Jahren keinen Uhrmacher gesehen und Zeit hatte zum Ölverharzen. Die Uhr kann billig, sie kann aber auch gut und doch billig gemacht werden. Bei der ersten Reparatur würde sich der Preis auf 5 RM, bei der zweiten auf etwa das Doppelte stellen. Wenn Sie dem Kunden erklären, daß bei der ersten Reparatur nur das Allernötigste ohne jede Garantie gemacht, bei der zweiten Ausführung aber das Werk auf neu aufgearbeitet wird und sämtliche Zapfen und Löcher in Ordnung gebracht werden, und daß es jede Garantie darauf gibt, bezahlt er auch gern diesen Preis. Sie müßten schon fünf Paar billige Ohrringe verkaufen, bis diese Verdienstquote erreicht ist. Gute Reparaturen ernähren noch immer ihren Mann. Bei solchen Erklärungen wird die Anfangs-Reparaturpreisgruppe meiner Erfahrung nach zu 75 % abgelehnt werden. Zwangsläufig tritt an deren Stelle die gute fachmännische Reparatur oder ein Neuerwerb. Ist natürlich einmal eine Uhr dabei, der schon mancher Künstler mit Lötten, Nietten, Punzen beigekommen ist, und die mehrere „Vergißmeinnicht“ trägt, ist sie rücksichtslos mit dem Todeszeichen zu versehen und auszurangieren. Falls es sich um ein ganz altes Stück (die sogenannten Erbstücke sind die schlimmsten) handelt, so kann man ja, um einen kleinen Spaß zu machen, auf die Straße sehen und den Besitzer fragen, wo er sein Hochrad hätte, denn die beiden gehörten doch zusammen. (Das tue man aber nur in geeigneten Fällen!)

Ihre Werkstätte muß modern sein; legen Sie ruhig Ihren alten Schweizer Drehstuhl zu Ihren behüteten rotgestempelten Tausendern. Und legen Sie auch noch einen großen Teil stumpfer Zangen und dergleichen dazu.

Sie müssen auch sonst etwas zum Zeigen haben, sei es eine kleine Sammlung von Mineralien oder Halbedelsteinen, geschliffen oder roh, ein Posten Ausschlachtwerke, Spindeluhren und dergleichen, fein säuberlich in einem kleinen Glaskasten. Solch wirksame Werbung wollen die Leute sehen.

Raten Sie am Ende jedem Vater ab, der seinen Sprößling im Uhrmacherhandwerk unterbringen möchte. Die vorhandenen Lehrstellen sollen den Söhnen und Töchtern der Kollegen offenstehen, die ihre Kenntnisse, gepaart mit modernem kaufmännischen Geist, in Zukunft anders verwenden können, und die es weiter bringen sollen als ihre Erzeuger. Je weniger Außenseiter in unseren Beruf eindringen, desto günstiger wird sich die Entwicklung unseres Gewerbes zeigen, denn gerade in unserem Beruf sind vererbte Fähigkeiten und von kleinauf gelernte Handgriffe und Beobachtungen gar nicht hoch genug einzuschätzen.

Peterchen.