

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{4}$ Seite 200,— RM. $\frac{1}{100}$ Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen Angebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis X Multiplikator $\frac{1}{4}$)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Sammel-Nr. A 7 Dönhoff 5246

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 49, Jahrgang 59 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 30. November 1935

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Das ganze Jahr hindurch mehr verkaufen — durch Höflichkeit!

Der unter dieser Überschrift in Nr. 39 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. veröffentlichte kleine Aufsatz hat meinen vollen Beifall gefunden. Ich habe selbst oftmals im Leben erfahren, daß die Höflichkeit ein ganz ausgezeichneter Wegbereiter ist. Sie erschließt dem, der sie bewußt anwendet und sie sich zur sogenannten zweiten Natur macht, Pforten, in die ein anders eingestellter Mensch gar nicht oder nur nach großem Aufwand an sonstigen Bemühungen einzudringen vermag. Und dabei verursacht sie uns keinerlei bare Ausgaben! Stellen wir uns doch einmal vor, daß zwei Reisende, die unseren Laden betreten, gleich gute Waren zu gleich vorteilhaften Preisen und Bedingungen anbieten. Wem werden wir unseren Auftrag geben? Doch wohl dem, der uns am höflichsten entgegenkommt!

In erstklassigen, nach neuzeitlichen Grundsätzen geleiteten Betrieben wird ja der Inhaber meist darüber wachen, daß seine Gefolgschaft den Kunden und auch denen, die es einmal werden können, mit ausgesuchter Höflichkeit begegnet. Aber in anderen Geschäften läßt die Höflichkeit doch hier und da zu wünschen übrig. Das ist, wenn man sich die Mühe nimmt, die Lage genauer anzusehen, menschlich durchaus verständlich, aber richtig ist es deswegen doch nicht. Man stelle sich vor: Ein Uhrmacher, der selbst in der Werkstatt mitarbeiten muß, ist mit einer Reparatur beschäftigt, die unbedingt bis zu einer festgesetzten Stunde fertiggestellt sein muß. Er sitzt emsig bei der Arbeit, sie geht ihm von der Hand. Da tritt ein Kunde herein, fragt nach diesem und jenem, läßt sich eine Menge Sachen vorlegen, kauft aber nicht. Er verabschiedet sich mit den üblichen Redewendungen, die ein jeder in derlei Fällen anzuwenden pflegt. Wiederholt sich nun ein solcher Vorgang mehrere Male hintereinander, so kann man es dem Meister, der seine Reparaturen pünktlich fertigstellen will, nicht verübeln, wenn er mal für ein paar Augenblicke seine Ungeduld nicht verbergen kann. Aber diese kurze Zeit genügt, dem „Sehmann“ (und seinen Bekannten) die Rückkehr in diesen Laden zu verleiden. Er kann es ja nicht wissen, daß die Zeit des Meisters auf die Minute berechnet ist; er sieht nur einen Augenblick lang den Mangel an Höflichkeit.

Aber ich will nicht nur „schöne Worte“ machen, sondern auch durch zwei selbsterlebte Beispiele, also durch die Praxis, die Forderung: „Sei immer höflich!“ rechtfertigen:

Ort der Handlung: Ein erstes Geschäft in bester Lage Wiesbadens. Ich darin als junger Bursch. Treten da eines Tages zwei Amerikanerinnen ein, um sich verschiedene Gegenstände anzusehen. Sie machen sich's bequem, lassen sich auf den gemütlichen Stühlen an einem besonderen Tischchen in einer Nische nieder und verbringen so etwa eine Stunde mit Fragen und Ansehen. Dann stehen sie auf mit der Bemerkung, daß sie wiederkommen wollten. Und wie sie Wort hielten! Täglich: Montags, Dienstags, Mittwochs, Donnerstags und Freitags — vier Wochen lang — gingen sie von ihrem Hotel zum Kurpark und verbrachten mit einer mir wirklich unerwünschten Beharrlichkeit täglich eine bis eineinhalb Stunden in unserem Laden. Mag sein, daß es sie anheimelte, in tadellosem Englisch bedient und unterhalten zu werden. Es war gerade die Zeit, in welcher der Prokurist zu Tisch war und ich es mir sonst etwas bequemer machen konnte. Ich hatte mir aber vorgenommen, diesen beiden älteren Damen mit der größten Liebenswürdigkeit etwas zu verkaufen, mich selbst in der Gewalt zu behalten, komme, was wolle, und siehe da: Am letzten Tage kauften sie für rund 400 RM!

Ein anderer Fall: Ein junger Mann tritt herein, möchte eine bestimmte im Schaufenster ausgelegte Uhr zum Preise von 80 RM sehen. Ich lege sie ihm vor. Wir unterhalten uns sehr nett. Er kauft aber nicht und geht; will wiederkommen. Nach einigen Tagen der gleiche junge Mann, das gleiche Spiel, auch ohne Kauf. Beim neunten Male trat er in den Laden mit den Worten: „Ich bin in vielen Geschäften gewesen, aber niemand hat mich so höflich bedient wie Sie. Ich werde jetzt die Uhr mitnehmen.“ Das habe ich mir für mein ganzes Leben eingeprägt.

Und nun beantworten Sie mir, bitte, zum Schluß die Frage: Werden diese Kunden wohl wieder in das gleiche Geschäft kommen? Und werden sie wohl auch ihre Bekannten empfehlend darauf hinweisen? G. T.