

genau gingen. Es wird dem neuen Vertreter dann gleich klagemacht, die Klausel sei praktisch ohne Bedeutung, weil eine Synchronuhr ja natürlich entweder richtig anzeigen oder stehenbleiben muß, wenn es kein Selbstanläufer und wenn sie an ein frequenzreguliertes Netz angeschlossen ist.

In der Verkaufsanleitung wird dann weiter behauptet, daß ungefähr alles, was in Deutschland Klang und Namen habe, in einer mitgelieferten Referenzliste enthalten sei. Das ist auch wieder eine maßlos übertriebene Behauptung. Immerhin enthält die Liste eine ganze Reihe klingvoller Namen. Neben der eigenen Firmenangabe enthält sie auch die Angabe „Uhrenabteilung“; jedoch fehlt die Angabe, ob nun an all diese Firmen und Dienststellen auch Uhren geliefert wurden, oder ob es sich um die gemeinsame Kundenliste aller Abteilungen handelt, was auch der Nachprüfung wert wäre. Im übrigen wird den neuen Vertretern Mut gemacht durch den Hinweis, daß tüchtige Vertreter eine glänzende Existenz bei der Firma gefunden hätten; sie habe eine ganze Reihe von Vertretern, die wöchentlich 300 bis 400 RM und teilweise darüber hinaus verdienten. Es muß sich hier also ja um wirklich glänzende Verdienstmöglichkeiten handeln, und man könnte demnach ja gar nichts Besseres tun, als auch eine solche Vertretung zu übernehmen. Leider aber ist ein Garantieschein für die Erlangung eines solchen Verdienstes nicht beigefügt.

Dafür aber macht die Firma in ihrer Verkaufsanleitung noch eine recht interessante Angabe, indem sie u. a. sagt: „Wenn an vielen Orten Uhrmacher- und Elektrogeschäfte elektrische Uhren führen, teilweise auch in billiger Ausführung, so ist dieses verkaufstechnisch ohne Bedeutung, da diese Leute ja nicht an die Kundschaft herangehen, sondern warten, bis diese kommt. In den meisten Fällen kommt aber keiner, da die Leute ja nicht wissen, welche Vorteile ihnen durch eine Synchronuhr geboten werden. Sieger ist immer der, der beim Kunden ist und den Kunden bearbeiten kann. Insbesondere die Uhrmacher haben kein Interesse an dem Verkauf von Synchronuhren,

da für den Fall, daß sich die Synchronuhren durchsetzen, was bestimmt der Fall sein wird, das Publikum sicherlich nur noch Synchronuhren kaufen wird, so daß dann die meisten Uhren beim Uhrmacher unverkäuflich werden.“

Sicher wird die Firma durch ihr geschicktes Angebot manchen Vertreter gewinnen, denn wer möchte nicht gern 400 RM wöchentlich verdienen. Daß es sich hier, wenn überhaupt einmal ein solcher Verdienst in einer Woche erreicht werden sollte, um die Bruttoeinnahme des Vertreters gehandelt hat, wird von den meisten, die sich um solche Posten bewerben, ja nicht erkannt werden.

Wenn man nun auch nicht anzunehmen braucht, daß diese Firma durch ihr Vorgehen gleich jeden anderen Verkauf elektrischer Uhren abschneiden wird, so handelt es sich doch um einen erneuten Angriff auf das Gebiet der elektrischen Uhren und um einen Angriff, den man auch nicht unterschätzen soll. Wenn hier so ausführlich darüber berichtet wird, dann geschieht es deswegen, um erneut zu zeigen, wie außerordentlich wichtig es ist, daß der Uhrmacher auch das Gebiet der elektrischen Uhren gründlich und richtig bearbeitet. Einer der Sätze, der oben schon einmal wiedergegeben wurde, ist bestimmt richtig, nämlich: „Sieger ist immer der, der beim Kunden ist und den Kunden bearbeiten kann.“ Beim Kunden ist aber keineswegs nur der Hausierer oder der in ähnlicher Art wie ein Hausierer arbeitende Vertreter, der allzu oft der Hausfrau in Abwesenheit des Mannes eine Ware aufzuschwätzen versucht, insbesondere auch durch das Angebot von Ratenzahlungen, sondern beim Kunden ist auch sein bisheriger Lieferant und ganz besonders, wenn er es verstanden hat, sich als tüchtiger Fachmann das Vertrauen des Kunden zu erwerben. Die Kehrseite der Ratenzahlungen, nämlich die daraus erwachsende Vorwegnahme künftiger Ausgabemöglichkeiten und die Belastung mit sehr unangenehmen und oft drückenden Verpflichtungen haben nun auch schon viele Hausfrauen kennengelernt, so daß auch dies Mittel nicht mehr so wirkungsvoll ist wie früher.

Die Erfolgsaussichten für den ortsansässigen Geschäftsmann im Wettbewerb mit solchen anderen Verkaufsmethoden sind also keineswegs ungünstig. Unbedingt notwendig aber ist es, was immer wieder betont werden muß, daß der Uhrmacher sich auch fachlich mit den elektrischen Uhren vertraut macht, und daß er in genügendem Umfang werbend für diesen Artikel eintritt, damit der Kunde gar nicht erst auf den Gedanken kommt, daß er solche Uhren nicht auch gut und preiswert bei seinem Uhrmacher bekommen kann. Wird mit der nötigen Tatkraft gearbeitet, so braucht der Uhrmacher den Wettbewerb der Außenseiter nicht zu fürchten.

Um den Berufskameraden die Einarbeitung in das Gebiet erneut zu erleichtern, ist der Inhalt dieser Nummer unserer Zeitung ganz besonders dem Gebiet der elektrischen Uhren gewidmet, und zwar vor allen Dingen der fachlichen Einführung. Wer die Aufsätze aufmerksam durcharbeitet, wird erkennen, daß es sich hier bestimmt nicht um so schwierige Dinge handelt, daß sie der Uhrmacher nicht meistern könnte. Wenn er dann weiterhin durch das Studium der Fachbücher und durch Teilnahme an Kursen, wenn sich die Möglichkeit dazu bietet, sein Wissen und Können auf dem Gebiete erweitert, so wird er auch alle diese Aufgaben beherrschen lernen.

Daß die elektrische Uhr auch im Schaufenster der Berufskameraden mehr und mehr eine Rolle spielt, zeigen u. a. auch die hier wiedergegebenen Bilder, die in diesen Tagen in Berlin aufgenommen wurden, die also nicht das Ergebnis einer längeren Vorbereitung sind. Dem Mutigen gehört die Welt und dem tüchtigen Uhrmacher auch die elektrische Uhr!



Sonderschau elektrischer Uhren, für die der größte Teil eines Seitenschau-fensters eingeräumt wurde (Privataufn.)