



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

53. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 29. JUNI 1928

Nummer 27

Bitte ein Uhrglas!

Als Kunde beim Uhrmacher

Seit einigen Jahren bemüht sich der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher Verkaufskunst und Kundendienst zu pflegen. In zahlreichen Fällen ist in der UHRMACHERKUNST dieses Thema behandelt worden. Ich sagte mir deshalb, daß es einmal Zeit wäre, festzustellen, inwieweit diese Bemühungen auf fruchtbaren Boden gefallen waren. Ich machte mich deshalb am 7. Juni auf, um in einer Großstadt Mitteldeutschlands eine Reihe von Uhrengeschäften aufzusuchen. Als gutes Prüfstück hatte ich mir vorgenommen, mir auf meine alte goldene, verbeulte Taschenuhr ein Uhrglas aufsetzen zu lassen. Das Aufsetzen eines Uhrglases ist ja für den Uhrmacher eine Arbeit, die kaum einen Nutzen abwirft, weil damit sehr oft viel Zeit vertrödelt wird. Deshalb glaube ich, daß gerade diese Arbeit ein Prüfstein dafür sein konnte, wie der einfache Kunde, der nur eine Kleinigkeit verlangt, bedient wird. Wer bemüht ist, jeden Kunden mit gleicher Höflichkeit zu bedienen, der wird besonders darauf achten, daß auch der Kunde, der nur eine Kleinigkeit fordert, mit Höflichkeit und Aufmerksamkeit bedient wird; viel mehr Kunden kommen doch zu uns wegen einer Kleinigkeit, denn nicht jeder kauft gleich eine kostbare Uhr.

Es wird für unsere Leser sicher lehrreich sein, zu hören, was ich in den verschiedensten Uhrmacherläden erlebte. Es ist nichts hinzugesetzt, sondern ich schildere nur einfache Tatsachen.

Allgemein fiel mir auf, daß kaum ein Kollege ein Hilfswerkzeug zum Maßnehmen benutzte. Gerade kurze Zeit vorher hatten wir in Nr. 19 der UHRMACHERKUNST ein sehr praktisches Hilfswerkzeug, ein Schiebmaß, besprochen, das auch von einigen der besuchten Kollegen benutzt wurde. Es handelt sich hier um ein allgemein gebrauchtes Schiebmaß, das doch eigentlich jeder Uhrmacher besitzen sollte. Es war mir interessant festzustellen, daß mein Wunsch nach einem neuen Uhrglas bei diesen Kollegen in verhältnismäßig sehr kurzer Zeit befriedigt war. Bei den anderen Kollegen dauerte es je nach Glück 15–20 Minuten, ehe ich im Besitze eines neuen Uhrglases war. Da ich bei jedem Kollegen nur 50 Pf. für ein Uhrglas bezahlte, so kann sich wohl jeder ausrechnen, was er bei mir verdient bzw. nur an der Arbeitszeit verloren hat. Ein Kollege war in dieser Hinsicht besonders großzügig, da er seine gesamten Uhrgläser nicht nach Größen geordnet hatte, sondern alle

lose in einer Zigarrenkiste aufhob. Nach reichlich langem Suchen (etwa $\frac{1}{2}$ Stunde) konnte er erst feststellen, daß er für meine Uhr kein passendes Glas hatte. Ich weiß nun nicht genau, was ein richtiger Gläserkasten kostet, der Preis wird aber sicherlich nicht sehr hoch sein, aber man kann, glaube ich, dem Kollegen nur wünschen, daß er recht wenig Kundschaft besitzt, die ein Uhrglas gebraucht, denn sonst kann er sich nicht wundern, wenn er für andere Arbeiten, bei denen etwas verdient wird, keine Zeit hat, sie auszuführen. Also auch hier bewahrheitet sich das alte Sprichwort: Ordnung ist das halbe Leben. In allen Läden waren Stühle in reichlicher Anzahl vorhanden, aber kaum einer wurde mir angeboten. Man hat zwar die Stühle im Laden stehen, befürchtet aber scheinbar, daß sie durch Ingebrauchnahme zu stark abgenutzt werden, und doch war es gerade bei meinem Einkauf unbedingt Pflicht des Verkäufers, mir auf jeden Fall eine Sitzgelegenheit anzubieten, da ich doch immerhin eine gewisse Zeit warten mußte, bis mein Wunsch erfüllt werden konnte. Es ist doch schließlich nicht jedermanns Sache, wenn er auf eine kleine Reparatur warten muß, sich die Beine in den Leib zu stehen. Denken wir doch nur einmal an die Haarschneider. Auch dort wird uns „immer“ ein Stuhl angeboten, falls wir nicht sofort bedient werden können. Wenn es nun auch nicht jedem Kollegen liegt, sich mit der Kundschaft großartig zu unterhalten, so sollte er doch versuchen, ein kurzes Gespräch anzufangen, das um so leichter ist, da ja die Hände rein mechanische Arbeiten ausführen. Nun gibt es aber auch viele Kunden, die keine Neigung verspüren, sich mit dem Geschäftsinhaber oder Verkäufer in ein längeres Gespräch einzulassen. Diesen biete man am besten eine kurze aufklärende Broschüre an, damit sie sich die Zeit des Wartens vertreiben können. Ich denke hier z. B. an die Broschüre von Herrn Carl Marfels „Von den Zeitmessern des Altertums bis zur modernen Präzisionsuhr“, die besonders durch ihre zahlreichen Abbildungen wohl immer das Interesse der Kundschaft erwecken wird. Es ist ja nicht notwendig, daß ihm diese Broschüre geschenkt wird, was natürlich am besten wäre, da dies bei vielen Kollegen den Reklameetat zu stark belasten würde.

Für selbstverständlich hielt ich es eigentlich, daß mir beim Verlassen des Ladens entweder die Tür geöffnet oder hinter mir geschlossen würde. Allein die Verkäufer