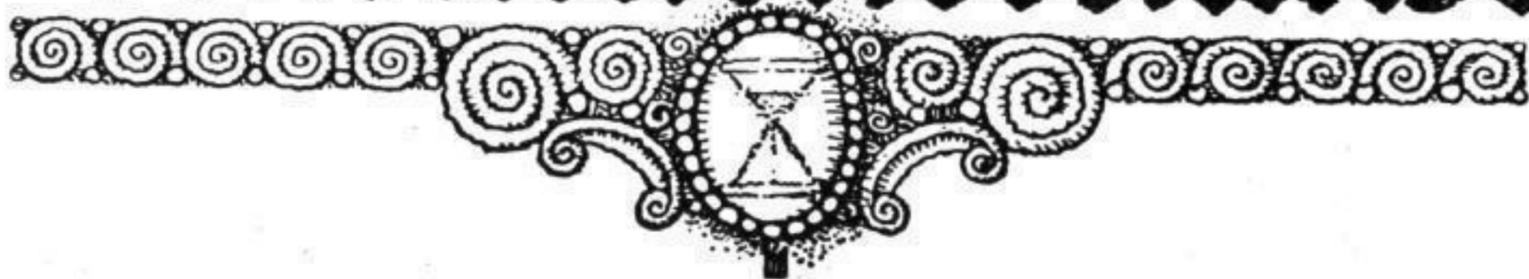


# Die Uhrmacherkunst



Alleiniges und eigenes Organ des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher E. V.

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

17. September 1926

NUMMER 38

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

## Verkaufskunst im Uhrmachergewerbe

Von W. König

Man konnte in der Inflation die Frage, ob es überhaupt eine Kunst wäre, Ware zu verkaufen, verneinen. Damals war es keine Kunst, Ware zu verkaufen, vielmehr war es eine Kunst, Ware zu kaufen. Die Verhältnisse haben sich inzwischen grundlegend geändert. Die Absatzschwierigkeiten des letzten Jahres zwangen zur Frage, ob nicht doch durch Verkaufskunst der Absatz gesteigert werden könne. Und so beschäftigt man sich in Handelskreisen sehr eingehend mit der Frage, wie am besten Verkäufer ausgebildet werden. Eine Ausbildung von Verkäufern bestand im wirklichen Sinne in Deutschland überhaupt nicht. Das Verkaufspersonal wurde meistens aus den unteren Bevölkerungskreisen genommen. Der Verkäufer hatte immerhin irgendwie eine sogenannte kaufmännische Ausbildung erhalten, die ihm für einen bestimmten Geschäftszweig wenigstens einige Warenkenntnis vermittelte. Die Verkäuferinnen dagegen wurden als junge Mädchen eingestellt und mit mehr oder weniger Geschick zurechtgestutzt. Eine planmäßige Verkaufsausbildung aber gab es nicht oder wenigstens sehr selten.

Im Uhrmachergewerbe konnte man selbst die Ansätze für die Ausbildung unserer Gehilfen oder Ladenangestellten als Verkäufer nicht erkennen. Der jüngere Gehilfe unserer Zeit befindet sich in einer noch viel schlechteren Lage als der Gehilfe der früheren Jahre. Dieser hatte den Vorteil, wenigstens in den Mittel- und Kleinstädten, daß die Werkstatt unmittelbar mit dem Laden verbunden war, ja vielfach der Werkstisch hinter dem Schaukasten stand. So konnte er bei seiner Arbeit beobachten, wie sich der Verkehr mit dem Kunden abwickelte. Hatte er Beobachtungsgabe und einen offenen Kopf, so konnte er dabei mancherlei lernen, vielfach wie es richtig gemacht wurde, aber wohl noch mehr, wie es nicht gemacht werden sollte. Mit der neueren Entwicklung ist die Werkstatt aus dem Laden in eine besondere Werkstatt gewandert. Nur selten findet der Gehilfe Gelegenheit, sich im Laden zu betätigen, vor allem aber fehlt ihm die Anschauung, wie sich der Verkehr im Laden abwickelt. So hat er weder als Lehrling noch als Gehilfe Gelegenheit, sich in der Kunst

der Verkaufens zu üben. Eines Tages macht er sich dann selbständig und nun beginnt er mit dem Gefühl, daß ihm vieles fehlt, zu verkaufen. Die Gelegenheit zu lernen, ist nicht mehr vorhanden, und wenn er nicht genug Selbstbeobachtung aufbringen kann, um bei sich und bei anderen Vorzüge oder Fehler wahrzunehmen, so wird er ewig ein schlechter Verkäufer sein.

Im Uhrmachergewerbe wird — das muß man bei sachlicher Betrachtung zugeben — die Uhr zum allergrößten Teile nicht verkauft, sondern sie wird vom Kunden abgeholt. Erst wenn der Kunde von sich aus das Bedürfnis nach einer Uhr so stark spürt, daß er daran nicht vorübergehen kann, geht er in ein Uhrengeschäft — wenn es gut geht — und holt sich dort eine Uhr. Entweder weiß er vorher genau, was er will, und dann wird er eine Markenuhr verlangen oder er läßt sich von dem betreffenden Uhrmacher beraten in dem Vertrauen darauf, daß dieser ein ehrlicher Geschäftsmann ist, der ihm, weil er Fachmann ist, das Richtige verkaufen wird. Wehe aber, wenn er sich hierin getäuscht sieht! Und daß diese Enttäuschung häufiger vorkommt, geht daraus hervor, daß dem Uhrmacher im allgemeinen mit Mißtrauen begegnet wird. Hier sehen wir, daß die Fehler des einzelnen sich zum großen Schaden für die Allgemeinheit auswachsen.

Es gibt sicher auch im Uhrmachergewerbe Verkaufskunst. Sehr viele unserer Kollegen sind geborene Verkäufer, die instinktmäßig richtig handeln und auch Erfolg haben. Bekannt ist es aber, daß gerade die Uhrmacher, die technisch am besten ausgebildet und das Höchste leisten, schlechte Verkäufer sind. Sie kommen nicht vorwärts, ernähren sich mühsam von ihrer Kunstarbeit und begreifen nicht, warum es ihnen schlecht geht, während es dem anderen Kollegen, mit dem er vielleicht dieselbe Lehre genossen hat, und der ihm schon immer als schlechter Arbeiter bekannt war, gut geht. Es ist schwer, wenn man so in der Technik aufgeht, gleichzeitig ein guter Kaufmann zu sein. In beiden liegt ein gewisser Gegensatz; die Technik erfordert äußerste Präzision, Genauigkeit bis zur Kleinlichkeit, während der Verkauf Einfühlung in die Lage des Kunden, Menschen-