

Das Angewandtheitsgefühl

Weihnachten und Ostern, die Erntezeiten für uns, sind vorüber, und für die allermeisten Kollegen ist es wieder die Uhrreparatur, welche über die flauen Sommermonate hinweghelfen muß.

Obwohl ja nun über das Thema „Reparatur“ vielleicht schon zur Genüge geschrieben und geredet wurde, so halte ich es für noch keineswegs erledigt. Es kann darüber nicht genug geschrieben werden; aus dem einfachen Grunde, weil bei der Uhrreparatur von den Kollegen noch am allermeisten gesündigt und unser Beruf diskreditiert wird! — Das Verkaufsgeschäft, will man es kaufmännisch, lukrativ und individuell aufziehen, erfordert schon eine ganze Portion Stil, Ueberlegung und System. Aber letzten Endes ist immer noch der Geschmack des Kunden maßgebend.

Anders bei der Reparatur. Hier vertraut uns der Kunde seine Uhr an, welche ihm nicht mehr die Dienste leistet und erwartet von uns, daß wir ihm seinen treuen Begleiter wieder so herstellen, daß er Freude daran hat und sich wieder darauf verlassen kann. Nun gibt es verschiedene Gattungen von Kunden; solche, die da wissen, was ihnen ihre Uhr ist und die Verständnis für eine gute und schöne Uhr haben; es gibt ferner solche, die noch nie für eine Uhr etwas übrig gehabt haben, die von einer billigen Uhr dieselbe Leistung verlangen, wie von einer guten. Es gibt Kunden, die für eine Uhr etwas anwenden, aber auch solche, die es könnten, aber doch nicht tun. Recht groß ist die Zahl derer, die nicht die Mittel besitzen, große Aufwendungen für ihre Uhr zu machen.

Bekannte Tatsachen! Ja, aber trotzdem muß man sich diese vor Augen halten, will man das Thema beleuchten. Es will mir scheinen, daß man schon immer durch die große Zahl derer, denen größere Ausgaben für ihre Uhr nicht angenehm sind, den Zustand verallgemeinert hat, und nun jede Uhr für möglichst billiges Geld wieder „flickt“. Man hat nicht Mut genug, dem Kunden einen hohen Reparaturpreis zu nennen und ihm dementsprechend eine gute und gewissenhafte Reparatur zu liefern. Man glaubt, dem Kunden einen Gefallen zu tun, wenn man ihm seine Uhr für wenige Groschen wieder „gangbar“ macht. Ausnahmen bestätigen die Regel! — Ja, Kollegen, das ist eben die „Seuche“ (lies: Krankheit) im Uhrmacherberuf! (Das harte Wort deshalb, weil eben diese Krankheit wie eine Seuche nicht auszurotten ist.)

Viel wichtiger als Gemeinschaftsreklame zur Hebung des Absatzes halte ich nach wie vor die Zurückgewinnung des Vertrauens seitens der Kundschaft. Daß wir das verloren haben, darüber dürfte sich ein Streit wohl kaum entspinnen. Sind doch die in aller Munde geführten Redewendungen „Uhrmacher und Apotheker“ Beweis genug dafür. Nun wird so mancher Kollege sagen, daß in dieser Redewendung schon zum Ausdruck kommt: Der Uhrmacher ist zu teuer. Nein, lieber Kollege, das Gegenteil ist der Fall. Ueberlegen Sie doch einmal: Wenn Sie heute in die unangenehme Lage kommen, den Apotheker in Anspruch nehmen zu müssen, so sind Sie doch keineswegs ungehalten darüber, wenn Sie, nachdem Sie schon mehrmals Medizin verwandten, welche nicht viel gekostet, aber auch nichts geholfen hat, endlich eine Medizin auftreiben, die, wohl etwas teurer, Sie aber bald und vollständig wieder herstellt. Nun, sehen Sie, lieber Kollege, so geht es auch dem Kunden bei uns. Was nützt es denn dem Uhrbesitzer, wenn er für ein paar Groschen oder wenige Mark wohl seine Uhr „gangbar“ gemacht erhält, sich aber doch nicht darauf verlassen kann oder, wenn es gut geht, sie in ein oder zwei Jahren schon wieder zum Uhrmacher muß. Das erstere ist unangenehm genug; es kann Ihnen sehr leicht den Kunden kosten, da er Sie nicht für tüchtig halten könnte.

Das Vertrauen zum Uhrmacher ist bestimmt untergraben. Er ist der festen Ueberzeugung, daß Sie an seiner Uhr doch nichts gescheites gemacht haben und erst schließlich dann etwas daran machen, wenn sie Ihnen das zweitemal übergeben wird. Muß aber der Kunde alle ein oder zwei Jahre mit seiner Uhr zu Ihnen kommen, so haben Sie wohl zunächst einen Vorteil: Sie haben immer gut zu tun, aber zuletzt wird es dem Kunden doch zuviel werden, und vor allen Dingen auf die Dauer zu teuer. Es heißt nicht „Dienst am Kunden“ pflegen, wenn man nur seinen eigenen Vorteil im Auge hat.

Für eine Arbeit, welche nicht restlos befriedigt und welche nicht ganz die Erwartungen erfüllt, für die ist selbst der niedrigste Preis zu hoch. Nachträgliche Abhilfen schaffen das Mißtrauen nicht aus der Welt. Sie bestärken es eher, denn der Kunde findet bestätigt, daß sein Uhrmacher erst jetzt etwas an der Uhr gemacht hat. Daß ich mit dieser Ansicht recht habe, beweist ja der Umstand, daß es Kunden gibt, welche ihre Uhr auf alle Fälle noch einmal zurückbringen, nachdem sie sie aus der Reparatur geholt haben, mit der Angabe, daß sie nicht ginge (d. h. stehenbliebe oder differiere), obwohl sich nachher feststellen läßt, daß die Uhr tadellos in Ordnung ist. „Ja, wie soll ich es denn machen, einen höheren Preis erziele ich doch von meiner Kundschaft nicht und darf ihn gar nicht verlangen. Dann würde ja kein Kunde wiederkommen, mancher würde seine Uhr gar nicht abholen.“ So und ähnlich hat mir schon mancher Kollege geantwortet. Selbstverständlich ist es nicht leicht, eine einmal an billige Arbeit gewöhnte Kundschaft für einen höheren Preis zu „erziehen“. Aber es geht und es muß gehen, Kollegen, denn so dürfen wir nicht „weiterwurschteln“. Es gehört eben eine Ueberredungskunst dazu, dem Kunden das klarzumachen, warum und wieso. Es gehört aber auch dazu, daß man selbst felsenfest davon überzeugt ist, daß es so richtig ist und nicht anders, und daß man dem Kunden besser gedient hat, wenn man die Reparatur umfangreicher und demzufolge gründlicher und dauerhafter ausführte. Man muß den Kunden überhaupt erst einmal darüber aufklären, was er an seiner Uhr hat, was dies für ein zartes und feines Maschinchchen ist, welche Leistung sie ohne Wartung und ohne besondere Pflege abgibt, daß sie Tag und Nacht ununterbrochen in Bewegung und in Gang ist und daß dann selbstverständlich auch eine Abnutzung, ein Verschleiß vorhanden sein muß, der jeweils wieder wettgemacht werden muß. Wir dürfen auch nicht verhehlen, daß unser Beruf absolut nicht beneidenswert und nicht bis ins hohe Alter gewinnbringend ausgeübt werden kann. Diese Aufklärung des Publikums ist es, die da fehlt und die unserem Gewerbe so unendlich nottut.

Versuchen Sie es, werte Herren Kollegen, lassen Sie sich diesbezügliche Aufklärungszettel in beherrschendem, aufklärendem aber auch interessantem Stil geschrieben, drucken, und geben Sie jedem Reparaturkunden diesen mit. Der Erfolg dürfte nicht ausbleiben. Der Kunde wird erst dann die Leistung seiner Uhr und Ihrer Arbeit zu schätzen wissen. (Da bereits viele Anfragen wegen dieser Aufklärungszettel an mich ergangen sind, bringe ich zum Schluß einen solchen zum Abdruck. Durch gemeinschaftlichen Druck innerhalb der Innung oder der Vereinigung lassen sich die Kosten dafür auf ein Geringes herabdrücken.) Haben Sie es erst einmal durchgesetzt, höhere Preise für Ihre Reparaturen zu verlangen, so werden Sie Freude am Reparaturgeschäft haben. Sie können an der Uhr aber auch das machen, was erforderlich ist; vieles ersetzen, was sonst geblieben wäre. Dadurch wird erstens das Reparaturgeschäft wieder gewinnbringend, und andererseits dankt