



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

56. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 16. OKTOBER 1931 / Nummer 42

Warum Staffelpreise?

Von H. W. Tümena

„Ich gehe zur Firma Müller, sie hat die größte Auswahl, man findet dort immer das Richtige“, so sagt der Kunde, und jeder Uhrmacher wird gern bestätigen, daß die „Auswahl“ beim Verkauf eine außerordentliche Rolle spielt. Er weiß, daß die Einreden:

„Ich will mich noch woanders umsehen, bevor ich kaufe“, oder „Ich muß noch meinen Mann (meine Frau, meinen Sohn usw.) fragen, ob das die gewünschte Uhr ist“

und ähnlich fast ausschließlich ihren Grund in der dem Kunden nicht genügend groß erscheinenden Auswahl haben.

Was ist unter „genügend großer Auswahl“ zu verstehen? Ist es wirklich das Ideal, alle Arten von Uhren zu führen? Keineswegs! Die Sortierung der „richtigen“ Auswahl geschieht nicht einfach nach dem Prinzip der Quantität, sondern nach ganz anderen Gesichtspunkten. Eine überaus große Rolle spielt dabei der Preis. Wer aber glaubt, daß die höchste Kunst darin bestehe, alle „Preislagen“ zu führen, d. h. Waren zu 3,-; 3,25; 3,50; 4,-; 4,20; 4,65; 5,75; usw. dürfte einem Irrtum zum Opfer gefallen sein.

Was ist eigentlich eine „Preislage“? In den Augen der Kunden – und mit diesen zu sehen müssen wir uns mehr und mehr angewöhnen – ist eine „Preislage“ durchaus kein festumrissener Begriff eines Preises. Der Kunde betrachtet als „Preislage“ eine Preisgrenze, d. h. z. B. bis zu 5,-; bis zu 10,- *RM* usw. Niemals wird der Kunde bei Uhren oder Goldwaren in Preislagen von 5,10; 5,35 *RM* usw. denken! Denn für ihn ist eine Preislage eine typische Kennzeichnung einer Ware! „Worin liegt“, so fragt der Kunde, „der typische Unterschied zwischen einer Ware zu 5,10 und einer zu 5,35 *RM*?“ Offen gesprochen, welcher Uhrmacher kann diese Frage beantworten, wenn nicht so: „Diese Uhr kaufte ich für *RM* L, su, ergibt bei $RR\%$ Aufschlag 5,10 *RM*, diese kaufte ich für *RM* L, as, ergibt bei gleichem Aufschlag 5,35 *RM*.“ Womit nur bewiesen wäre, daß die Verkaufsmöglichkeiten unberücksichtigt, der Einkauf aber berücksichtigt worden ist. Also das Pferd ist am Schwanz aufgezümt worden! Viel richtiger wäre es, beide Uhren zu 5 *RM* oder 5,50 *RM* zu verkaufen.

Richtige Preisauswahl gegenüber dem Kunden bedeutet: Staffelpreise einzuführen, denen typisch unterscheidbare Waren entsprechen. Denken wir z. B. an billigste

Taschenuhren. Die Staffelpreise sind etwa: 3,-; 4,50; 6,-; 8,-; 10,- *RM*. Was dazwischen liegt, ist vom Ubel. Bei solchen Staffelpreisen kann der Kunde ein klares Bild von den Vorzügen (oder Nachteilen) einer jeden Uhr bekommen. Oder glauben Sie, daß er eine Uhr für 6,25 *RM* oder 4,35 *RM* verlangt?

Für den Verkäufer sind solche Staffelpreise geradezu „unbezahlbar“. Sein Angebot wird übersichtlicher, er kann die Preise viel besser im Kopf behalten, kann sofort auf die typischen Unterschiede hinweisen, d. h. Verkaufsargumente wirksamster Art vorbringen, kurz, er kann sein Angebot überzeugender vertreten.

Aber nicht nur für die Verkaufsfähigkeit haben klare Staffelpreise erheblichen Wert, sondern vor allem auch für die Geschäftsführung selbst. Staffelpreise in allen Warenarten, z. B. Taschenuhren: 3,-; 4,50; 6,-; 8,- *RM* usw. Armbanduhr: 10,-; 12,50; 15,-; 20,- *RM* usw. Wecker: 3,-; 5,-; 7,-; 10 *RM* usw. Tischuhren: 20,-; 26,-; 30,-; 35,-; 40,-; 45,- *RM* usw. Küchenuhren: 6,-; 8,-; 10,-; 12,50; 15,- *RM* usw. erleichtern die Lagerhaltung erheblich. Die Statistik über das Lager wird sehr vereinfacht. „10 Stück zum Preise von 3,- *RM*; 15 Stück in der Preislage von 7 *RM* usw.“, so können dann die Lageraufnahmen lauten und damit an Klarheit viel gewinnen. Statt schwieriger Berechnungen sind einfache Übersichten möglich. Der Uhrmacher kann wirklich prüfen, welche Preislagen „gehen“. Er sieht, welche Artikel sich lohnen und kann infolgedessen ganz anders einkaufen als bisher.

Vor allem wird die Lieferantenbestellung klarer. Der Uhrmacher kann dem Vertreter sagen: „Ich suche eine Kamin-Uhr, die ich zu 45 *RM* verkaufen kann.“ Er kann dann auf Grund der verschiedenen Lieferantenangebote genau prüfen, welcher Lieferant der leistungsfähigste ist. Das wird der sein, der ihm für 45 *RM* Verkaufspreis die schönste und preiswerteste Uhr bringt und dem er dann beruhigt seine Aufträge geben kann.

Vor allem ist darauf hinzuweisen, daß im Laufe der Zeit die Staffelpreise dazu führen werden, das Lager rationeller zu gestalten, weil alle Preislagen, die keinen genügenden Absatz versprechen, ausgeschaltet werden können und sich das Lager nur noch aus solchen Waren zusammensetzt, für die keine zu große Lagerhaltung erforderlich ist und die einen angemessenen Gewinn versprechen.

(1/675)