

VERBANDSZEITUNG DER. DEUTSCHEN UHRMACHER

57. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 6. MAI 1932

Nummer 19

Revision der persönlichen Beziehungen

Bei allen Untersuchungen über den Niedergang des Geschäftes und die Möglichkeiten, es troß aller Widerstände so belebt zu erhalten, daß es bis zu besseren Zeiten eine Existenz bleibt, ist die Frage der Auswertung persönlicher Beziehungen noch nicht erörtert worden. Man kann sagen, daß Fensterdekoration und Warenausstellung passive Werbung bleiben, daß Reklame erst aktiv wirkt. Hier spielt indessen der Kostenpunkt eine bedeutende Rolle. Nicht weil Reklame bei genügendem Durchhalten, Geschick und Überlegung auch für das Detailgeschäft den Erfolg nicht vermissen lassen würde, sondern weil bis zum Erfolge, also bis sie leicht tragbar und selbstverständlich wird, Geduld und Geldaufwand nötig sind, die in unserer Branche von den meisten nicht aufgebracht werden.

Billiger, wirksamer, weil treffsicherer, dürfte die direkte schriftliche oder mündliche Werbung sein, die von manchem schon ausgeübt, von den meisten aber aus persönlicher Schüchternheit, also aus mangelndem geschäftlichen Aktionstriebe, als aufdringlich abgelehnt wird. Doch auch hier kommt es darauf an, wie es gemacht wird. Es kann heute schon etwas weiter als früher gegangen werden, denn die Geschäftslosigkeit der Zeit läßt auch manches Ungewohnte in der Reklame entschuldbar erscheinen, was früher als zu ausgefallen abgelehnt worden wäre; die geschäftlichen Handzettel im Briefkasten beweisen es jeden Tag. Was andere aber tun und als wirksam befinden, das kann dem Uhrmacher auch erlaubt, ja es muß ihm geboten sein, weil er nichts unterlassen und jede Möglichkeit, sich zu erhalten, benußen muß.

Täglich laufen am Geschäfte Menschen vorüber, jahrelang, jahrzehntelang, die es nicht einmal betreten, obgleich sie selbstverständlich Bedarf haben; in der Kleinstadt sind es hunderte, in der Großstadt tausende. Was mißfällt den Leuten? Was haben wir getan oder unterlassen, daß sie nicht hereinkommen, troßdem wir ihnen am Wege liegen, bequemer als irgendein anderer? Mit irgend etwas, wenn auch nur mit einer Kleinigkeit, hätten sie in dieser Zeit doch unsere Dienste in Anspruch nehmen können. Ist es nicht bei gewissen Leuten, die wir schon vom Sehen gut kennen, die wir deshalb sogar grüßen, wie eine Verschwörung? Sie sind doch sonst nicht so schüchtern, in ein Geschäft zu gehen, das sie vorher nicht betreten hatten.

In einer Kleinstadt wird man diese Leufe mit Namen kennen, in einer Großstadt ist dies schwieriger oder unmöglich. Immerhin kann man in beiden Fällen zum Angriff übergehen, indem man den Bekannten direkt, den Unbekannten indirekt, nur mit der Wahrscheinlichkeit, ihn zu treffen, bearbeitet; man muß es sich nur die Mühe kosten lassen, es lohnt sich, wenn auch erst nach längerer Zeit.

An den Bekannten schreibt man folgenden Brief: "Sehr geehrter Herr!

Seit langer Zeit habe ich die Ehre, Sie zu kennen, denn es ist unvermeidlich, daß Herren, die fäglich mehrmals am Geschäft vorbeigehen, auffallen, und es ist verständlich, daß man sich für ihren Namen interessiert.

Troß dieser häufigen und nahen Fühlung habe ich bisher noch nicht ein einziges Mal das Vergnügen gehabt, für Sie beschäftigt zu sein, auch nicht mit einer Kleinigkeit.

Sie haben doch wahrscheinlich in dieser langen Zeit oft genug wegen eines Kaufes oder einer Reparatur nötig gehabt, einen Uhrmacher in Anspruch zu nehmen, und daß ich es nicht war, gibt mir zu bedenken, ob Ihnen an mir oder meinem Geschäft etwas nicht gefällt. Obgleich ich mir Mühe gebe, mein Lager gut zu sortieren, sauber und modern zu halten und auch die Preise so zu kalkulieren, daß der Kunde kaum etwas daran aussehen kann, und obgleich ich weiter als Fachmann die mir anvertrauten Reparaturen in fachmännisch bester Weise zu durchaus soliden Preisen ausführe, muß ich doch befürchten, daß irgend etwas — vielleicht ein bloßes Vorurteil — Sie abgehalten hat, meinen Laden zu betreten.

Als vorwärtsstrebender Geschäftsmann ist es meine Pflicht, alles zu tun oder zu unterlassen, um einen Kunden mit meinem Geschäft zu befreunden. Wenn ich selbst das Hindernis nicht erkenne, würde ich einen diesbezüglichen Wink mit Dank befolgen.

Wenn die störenden Ursachen nicht außerhalb meines Bereiches liegen, darf ich mich wohl der angenehmen Erwartung hingeben, einst für Sie beschäftigt zu sein, und es wird mir eine besondere Freude gewähren, Sie in jeder Hinsicht zufriedenzustellen.

Für die "Unbekannten" kann man den gleichen Brief in den Kasten stecken lassen, wobei es leicht ist, die Kunden, deren Namen meist bekannt sein werden, auszuschalten.



