



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

59. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 26. JANUAR 1934

NUMMER 5

Qualität der Uhr, des Verkaufs, der Reparatur

Man besinnt sich heute auf die allen Werte der Handarbeit, der Qualitätsarbeit, auf die Qualität eines Gegenstandes überhaupt. Wenn dazu die Hebung der Einzelkaufkraft durch weiteres Sinken der Arbeitslosenziffer tritt und damit Wegfall der Zahlungen für die Arbeitslosenversicherungen bei allen Angestellten, Beamten und Arbeitern, so ist viel gewonnen.

Wir können schon heute den Boden bereiten für den Verkauf von Qualitätsware in unserem Laden. Da lächelt schon wieder eine Menge Leser. „Aber wie denn?“ Schlagen wir alle ehrlich an unsere Brust! Haben wir nicht alle einmal, zweimal oder gar mehrere Male eine Reparatur herausgegeben, bei der ein klein wenig — Pfusch dabei war? Wenn nicht, dann um so besser — aber na, Sie wissen ja...! Man denkt sich, das wird schon gehen, das hält — und dann hält es nicht, und am fünften Tage steht der Kunde wieder im Laden — die Uhr steht. Wir kämpfen vergeblich gegen den Wortschwall, der auf uns niederprasselt. Das Vertrauen beim Kunden ist verschwunden, andere Kunden im Laden hören sich das Theater an — und denken sich ihr Teil. Es ist eine alte Weisheit, daß gute Arbeit als selbstverständlich angesehen, daß aber eine zufällig schlechte breitgetreten und nachgefragt wird. Es ist bei Geschäften wie bei Menschen: Ein guter Ruf verwandelt sich sehr viel leichter in einen schlechten als umgekehrt. Die kleinste Pfscharbeit bei der Reparatur darf es nicht geben, sie schadet nicht nur dem einzelnen, sondern uns allen, die wir Uhrmacher sind.

Das Vertrauen zum Uhrmacher als Fachmann ist im breiten Publikum im Sinken begriffen. Es ist gut, wenn der Uhrmacher kaufmännisch geschult wird, aber er muß daneben Zeit finden, sich um seine Werkstatt zu kümmern. Es muß sich in allen Geschäften durchführen lassen, daß alle Reparaturen, zum mindesten nach der Fertigstellung, noch einmal zur Prüfung durch die Hände des Geschäftsinhabers gehen.

Alle Reparaturen, die abgeholt werden, sollten nur vom Geschäftsinhaber abgegeben werden, denn er kann dem Kunden am besten erklären, was an der Uhr war, was man ersehen mußte, wie man's machte, wieviel Zeit man brauchte. Hiermit wird gleichzeitig dem Kunden der Preis der Reparatur belegt, der den meisten unserer Kunden meist wesentlich zu hoch erscheint. Mit unseren fachmännischen — aber allgemein verständlichen! — Erklärungen der Reparatur gewinnen wir den Kunden für

uns; wer interessierte sich heute nicht für technische Fragen?

Kommt es nun nicht oft in mittleren oder größeren Geschäften vor, daß die Reparatur von der Verkäuferin abgegeben wird? Und schon ist das Unglück da! Die Verkäuferin versteht meist nichts von der Reparatur und nicht viel von dem Werk der Uhr. Sie erzählt dem Kunden, was an der Uhr gemacht ist. Der Auftraggeber erhält einen falschen Begriff von der geleisteten Arbeit und der damit verbrachten Zeit, er glaubt auch den Erklärungen nicht, weil sie nicht vom Fachmann kommen. Schließlich fehlt nur noch, daß die Uhr nach acht Tagen wieder stehenbleibt. Lassen wir also die Uhrenreparaturen nicht von unserer Verkäuferin dem Kunden zurückgeben.

Was soll nun die Verkäuferin? Sie soll Schmuck verkaufen, Korpusware, Bestecke, aber sie soll keine Uhren verkaufen¹⁾. Würden Sie sich ein Motorrad von einem Mädels aufschwaßen lassen, das nichts davon versteht, das nicht alles an dem Ding erklären kann? Haben Sie Ihre Registrierkasse von einem Mann gekauft, der damit Bescheid wußte, oder mußten Sie alles selbst austüfteln? Wir sind kein Konfektionsladen, in dem man mit Anpreisungen auskommt, wie: Gute Qualität, prima Qualität, sehr strapazierfähig, sehr haltbar, sehr preiswert, solide gearbeitet usw. Ich möchte mal den Mann sehen, der sich eine Uhr kauft, dem der Uhrmacher dabei einen Vortrag hält über die Vorzüge gerade dieser Uhr, über wichtige Einzelheiten des Werkes, und der nicht stolz wird auf das Stück, das er erworben hat. Er sieht es mit ganz anderen Augen an. Bei einigermaßen Rücksichtnahme des Uhrmachers auf das laienhafte Verständnis des Käufers wird es dem Uhrmacher eher gelingen, den Kunden für eine Qualitätsuhr zu interessieren, als einer Verkäuferin. Erzählen wir dem Kunden, wenn wir neben einem guten Handwerker ein guter Verkäufer sind, von den Vorzügen dieser Qualitätsuhr. Erzählen wir ihm, daß die Unruh die Temperaturschwankungen ausgleicht, daß die Lagerung der Zapfen so und nicht anders ist, und was das für Vorteile hat. Tun wir das geschickt, dann wird der Kunde Zwischenfragen stellen, die wir ihm beantworten, bei denen aber die Verkäuferin

¹⁾ Dies ist eine Streitfrage, die wir hiermit zur Diskussion stellen. Es wäre interessant, einmal zu hören, wie die Ansichten der Verkäuferinnen und der Gehilfen hierüber sind.

Die Schriftleitung.