

## Sprechsaal

### Meister, Gesellen, Lehrlinge, Euch alle geht es an

Ein Skandal ist es, wenn die Straßenuhren der Uhrmacher große, wesentliche Differenzen aufweisen. Ein ganz krasser Fall sei herausgegriffen, festgestellt am 9. Februar 1934, um 11 Uhr vormittags. Die Uhr der B. E. Z. (Normalzeit) 11.5 Uhr, die Uhr beim Uhrmacher 11.15 Uhr; richtige Zeit 11.5 Uhr. Beide Uhren liegen keine 20 m voneinander entfernt. Dieser Fall mit der großen Zeitdifferenz liegt nicht vereinzelt.

Uhrmacher, kontrolliert Eure Uhren täglich, denn die Uhr ist nicht nur Eure Reklame, sondern die Reklame, das Firmenschild des ganzen Faches. Ihr könnt nicht verlangen, daß Volksgenossen zu Euch und damit zum Uhrmacherhandwerk Vertrauen haben, wenn Ihr nicht einmal Eure Außenuhren in Ordnung halten könnt. Könnt Ihr Uhren dieser Art nicht genau regulieren, so sorgt wenigstens für tägliche Überwachung. Dazu verhilft Euch der Deutsche Sender mittags 12.55 Uhr mit dem Zeitzeichen. Versteht Ihr das Zeichen nicht, so fragt Euren Kollegen!).

Also sorgt für genaue Zeit! Genaue Zeit in der Straßenuhr wirkt für unseren ganzen Stand, erweckt in der Kundschaft wieder den Qualitätsbegriff, fördert damit den Verkauf besserer Uhren und hebt überdies das Reparaturgeschäft.

Die Innungen sollten auch diesem Fall mehr Aufmerksamkeit schenken und eventuell dafür Sorge tragen, soweit Machtmittel zur Verfügung stehen, daß dauernd unregelmäßig gehende Außenuhren abmontiert werden müssen. Meister, Gesellen, Lehrlinge, sorgt für genaue Zeit im Straßenbild deutscher Städte. (V/341)

Gutschmidt.

### Eine Gefahr für den Uhrenhandel

In vielen Städten kann man die Wahrnehmung machen, daß die öffentlichen Uhren (Straßenuhren) sehr überhandnehmen, besonders an Gebäuden, in denen sich kein Uhrengeschäft befindet, sondern ganz andere Betriebe. Sehr häufig findet man drei bis vier Straßenuhren in einer Straße dicht beieinander. Es ist dadurch so weit gekommen, daß man sagt: Ich brauche keine Uhr, oder ich lasse meine defekte Uhr nicht reparieren, es sind ja überall Uhren angebracht, wo man die Zeit ablesen kann. Wohin führt das?

Es sollte zunächst das Anbringen von öffentlichen Uhren außer an öffentlichen Gebäuden, Schulen, Bahnhöfen usw. nur an Uhrengeschäften als traditionelles Wahrzeichen und allein geeigneter Stelle gestattet sein. Allerdings sind die Lieferanten von elektrischen Straßenuhren um Umsatz bemüht, wenn auch manchmal auf nicht vorbildliche Weise, z. B. hohe Mieten. Das Anbringen von Straßenuhren soll nicht unterbunden werden, es sollte sich aber auf solche Straßen und Plätze erstrecken, an denen Uhren nötig sind. Es gehören nicht drei bis vier Uhren in eine Straße, wo es in anderen Straßengegenden wieder große Strecken ohne jede Uhr gibt.

Mit einigermaßen gutem Willen auf allen Seiten muß sich eine Verständigung erreichen lassen, die allen Teilen gerecht wird. Auf zum Versuch! (V/331) K.

### Stammkundschaft – aber wie?

Zu nachstehenden Zeilen veranlaßte mich der Artikel „Wie erfahre ich die Anschriften für die Kundenkartei?“

1) Die UHRMACHERKUNST brachte das Zeitzeichenschema in den Nummern 29 und 38 des Jahrgangs 1932. Auf Wunsch senden wir diese Nummern jedem Kollegen gern zu.

Die Schriftleitung.

in der Nummer 6 der UHRMACHERKUNST 1934. Da mich alles beschäftigt, was mit Werbung zu tun hat, fand dieser Artikel mein größtes Interesse.

Gut ist zweifellos an jeder Anregung etwas, denn sie sorgt dafür, daß man nicht an dem Alltäglichen haften bleibt, sondern Neues versucht. Gut ist daher auch, jede neue Anregung auf Brauchbarkeit und Wert zu prüfen. Dieses objektive Prüfen sorgt dafür, daß man nicht in einer allzu konservativen Einstellung alles Neue sofort ablehnt, warnt aber auch davor, mit beglücktem Herzen jede Neuerung aufzunehmen, nur weil es etwas Neues ist und man sich doch gern den Anstrich des Fortgeschrittenen geben möchte.

Meine Stellungnahme zu dem Artikel „Wie erfahre ich die Anschriften für die Kundenkartei?“ soll nicht die gute Anregung für die Benutzung einer Kundenkartei verwerfen. Ganz im Gegenteil. Ich halte eine Kundenkartei für eine wichtige Einrichtung in Ihrem Fachgeschäft. Je vollständiger eine solche Kundenkartei ist, um so wertvoller ist sie zur Nachbearbeitung der Kundschaft durch Werbung. Auch sorgt sie für einen ständigen Kontakt mit der Stammkundschaft. Es wäre interessant, von den Lesern der UHRMACHERKUNST einmal über die Erfahrungen mit der Kundenkartei zu hören. Vielleicht schreibt der eine oder andere der Herren einmal über diesen Fall aus der Praxis. Ich kann mir nicht denken, daß die Beschaffung der Kundenadressen auf unüberwindliche Schwierigkeiten stößt. Mir ist sogar ein Fall bekannt, wo der Uhrmacher nicht nur die Anschrift seiner Kunden registriert, sondern auch die Geburtsdaten. Sicher wird der Kunde im Laden eher seine Anschrift sagen, wenn er vom Uhrmacher danach gefragt wird, als seinen Geburtstag. Es kommt aber immer darauf an, wie man die Frage an den Kunden begründet. Ich weiß von dem betreffenden Uhrmacher, daß er seine Kundenkartei auf geschickte Art mit einer ganzen Reihe von Geburtsdaten vervollständigen konnte.

Sie werden fragen: Was hat denn das Geburtsdatum mit dem Verkauf zu tun? Der Uhrmacher, der diese Methode anwendet, weiß es genau, denn er hat, wie er mir wiederholt sagte, seinen Umsatz dadurch gesteigert. Der Kunde bekommt acht bis vierzehn Tage vor seinem Geburtstag einen Werbebrief, in dem in geschickter Weise auf die Geschenke im Laden seines Uhrmachers hingewiesen wird. Man kann diesen Werbebrief auch an die Frau des Kunden oder an den Mann der Kundin senden. Wenn der Kunde sich nicht selbst zum Geburtstag durch den Kauf eines schon lange gewünschten Gegenstandes eine Freude machen will, so kann er seinen Angehörigen einen Wink geben. Am Geburtstage selbst erhält der Kunde von seinem Uhrmacher eine hübsche Glückwunschkarte (ohne jeden Hinweis auf das Geschäft), ganz gleichgültig, ob vorher etwas gekauft wurde oder nicht. Wie schon gesagt, dieser Uhrmacher (in einer mittelgroßen Stadt) hatte damit guten Erfolg.

Versuchen Sie auf irgendeine Art, die für die Beschaffung und Erhaltung einer Stammkundschaft nötige Kundenkartei einzurichten oder eine bestehende auszubauen. Ob Sie das leichter erreichen, wenn Sie jeden neuen Kunden im Laden nach seiner Anschrift fragen oder darauf warten, bis der Kunde die der Ware beigefügte Karte ausfüllt und zurückschickt, müßte einem Versuch überlassen bleiben. Meine Ansicht ist die, daß sehr wenige Kunden sich die Mühe machen, Ihrem Wunsch, nach Ausfüllung und Rücksendung der Karte nachzukommen. Interessant ist, darüber die Ansicht der Uhrmacher zu hören. (V/327)

E. Rautenberg.