

Nach dieser Aufstellung wird man mir darin recht geben, daß die Evolventenverzahnung gegenüber der Zykloidenverzahnung ganz erhebliche Vorteile bietet. Vielleicht wären auch die Herstellungsschwierigkeiten bei ganz kleinen Teilungen mittels Abwälzverfahren bereits überwunden, wenn besonders der Uhrmacher am Werklich die Möglichkeit hätte, einmal Taschenuhreneingriffe in fünfzig- oder gar hundertfacher Vergrößerung zu betrachten, und wenn der Laufwerksbau nicht an einem über Jahrzehnte überlieferten und für die Zykloidenverzahnung bewährten Grundsystem festhalten würde.

Daß unsere allen und großen Meister der Uhrmacherkunst die Zykloidenverzahnung in den Laufwerken wählten, geschah wohl in der Hauptsache wegen der gewünschten wenigzahnigen Triebe. Zu damaliger Zeit waren Evolventenräder ohne Unterschnitt aber nur bis minimal elf Zähne bekannt; auch hätte man diese Evolventenräder damals ebensogut mit Scheibenfräsern hergestellt. Vauverzahnung und Abwälzverfahren sind Entwicklungen der neueren Zeit. Von einer führenden

deutschen Präzisionsuhrenfabrik sind bereits vor einigen Jahren sehr mühevoll und kostspielige Versuche mit Evolventenzahnherstellung für Taschenuhreneingriffe gemacht. Dies beweist, daß die Fabrik die großen Vorteile bereits erkannt haben muß. Wenn die Sache heute noch keinen durchschlagenden Erfolg zu verzeichnen hat, so ist es in der Hauptsache auf die Wirtschaftskrisis zurückzuführen, denn derartige Versuche erfordern recht erhebliche Geldmittel.

Die Feinheit der Räder bildet kein unüberbrückbares Hindernis, denn aus der Notwendigkeit heraus ist bereits Schwierigeres geschaffen worden und zu allgemein Gebräuchlichem geworden. Warum sollen wir gerade mit den Verzahnungen der Uhren hinter Fortschrittlichem zurückbleiben, obgleich wir Mittel und Wege der Verbesserung sehen? Es läßt sich heute schon mit Bestimmtheit sagen, daß die Laufwerksverzahnungen an Seechronometern und Pendeluhren durch Abwälzen ohne Schwierigkeiten ausführbar sind und daß auch mit ihnen eine Verbesserung der Gangresultate zu erreichen sein wird. (1/240)



„Eigentlich wollte ich nicht soviel ausgeben“

sagt die Kundin. Und die eifrige Verkäuferin beeilt sich, auf diesen Einwand einige billigere Angebote zu machen: „Wir haben ja noch billigere Wecker, gnädige Frau – diesen hier zu 2,95 RM – dieser kostet 3,50 RM... usw.“

Handelt die Verkäuferin richtig? Ist es wirklich immer erforderlich, die billigen Preislagen sofort anzubieten, wenn der Kunde „eigentlich nicht soviel ausgeben“ wollte? Ich glaube das nicht; ich habe sogar den stillen Verdacht, daß die Verkäuferin zu dieser Methode aus Bequemlichkeit greift, weil es ihr zu mühsam erscheint, den Einwand des Kunden sach- und fachgemäß zu widerlegen. Beim ersten Ansturm streckt sie die Waffen, anstatt den Strauß wirklich auszufechten.

Zunächst wollen wir uns darüber klar sein, daß dem Kunden mit der besseren Ware auch besser gedient ist, daß wir also in seinem Interesse handeln, wenn wir ihm die höhere Preislage empfehlen und von der billigeren abraten. Jeder Verkäufer hat die Aufgabe, seinen Kunden mit dem Qualitätsgedanken vertraut zu machen, ihn davon zu überzeugen, daß der Mehrpreis, der manchmal gar nicht so „hooch“ liegt, wirklich mehr als wettgemacht wird durch die bessere Qualität, die längere Lebensdauer, die größere Zuverlässigkeit usw. Jeder Verkäufer muß ein Werbeträger, ein Aufklärer für Qualität sein! Der Niedergang der Qualität ist ein Niedergang des Geschäftes überhaupt. Noch dazu bei der Uhr, die doch solange Dienst tun soll und die nicht nach kurzer Zeit schon wieder ersetzt wird. Richtig handelt der Verkäufer, wenn er versucht, den Kunden zum Kauf der höheren Preislage zu veranlassen. Möglichkeiten hierzu gibt es viele.

Man wird gut daran tun, die Einreden gegen den Preis der Ware in zwei Gruppen einzuteilen:

1. Starke Einreden. („Es ist ganz ausgeschlossen, daß ich das bezahle!“ „Ich kann unter keinen Umständen mehr als... RM anlegen!“ „Haben Sie nichts Billigeres? Das kann ich nicht kaufen!“ usw.)

2. Schwache Einreden. („Eigentlich wollte ich nicht soviel ausgeben.“ „Der Preis scheint mir ziemlich hoch zu sein.“ „Ist nicht die billigere Ware auch zweckmäßig.“ usw.)

Bei den sogenannten „starken“ Einreden wird man meist nicht umhin können, billigere Ware sofort anzubieten und von der weiteren Empfehlung der teuren Ware abzusehen. Bei „schwachen“ Einreden dagegen soll man unter allen Umständen die bessere Ware weiter und überzeugender verteidigen.

Hierfür einige Beispiele: „Ich verstehe das sehr gut, berücksichtigen Sie aber bitte die hohen Ansprüche, die diese Uhr erfüllen soll. Sie ist kein Gegenstand, der sich schon nach kurzer Zeit „überlebt“; nein sie soll Ihnen viele Jahre Freude machen und Dienst leisten. Da ist die einmalige höhere Ausgabe, die eigentlich auf viele Jahre zu verteilen wäre, durchaus gerechtfertigt.“ Oder:

„Der Preis mag Ihnen hoch erscheinen, gewiß. Er findet aber seine überzeugende Erklärung in der Qualität. Die Verarbeitung ist so erfolgt, daß alle Gewähr für hohe Lebensdauer und immer gutes Aussehen gegeben ist. Billige Waren mögen Ihnen im Augenblick des geringen Preises wegen Freude machen, doch später wird es Ihnen lieber sein, einen höheren Betrag angelegt und dadurch etwas Schönes für lange Zeit erworben zu haben.“