

Direkt komisch mutete es an, wenn die häufige Frage auftauchte, wo man solche Uhren kaufen kann. Auf meine Antwort: „Selbstverständlich nur beim Uhrmacher“, hieß es dann, daß dort in den Schaufenstern solche Uhren nie zu sehen sind.

Es zeigte sich, daß man der Uhr auf Ausstellungen großes Interesse entgegenbringt. Sie darf deshalb auf Ausstellungen nicht fehlen. Es sind zwar nicht nur wirkliche Interessenten, die an den Uhrenständen stehenbleiben, nein, es sind oft nur Neugierige. Aber auch auf diese kommt es an, denn es ist ja Aufgabe des Verkäufers, diese Wissensdurstigen in Interessenten, d. h. Käufer, zu verwandeln.

Die Werbung auf einer Ausstellung unterscheidet sich dadurch von der Werbung der Geschäfte, daß es hier nicht nur auf große Plakate, Texte und Preise ankommt, sondern daß dem Besucher etwas Neues gezeigt und erklärt werden muß. Es ist daher sehr angebracht, dem Besucher wirklich Neues vorzuführen, etwas, was ihm unerklärlich erscheint. Er wendet sich dann an den Verkäufer, und schon ist man einen Schritt weiter. Nun ist es dessen Aufgabe, dem Besucher im Plauderton von all den Sachen zu erzählen, die noch am Stand zu sehen sind. Ich habe mich oft gefreut, mit welcher regem Interesse mir hierbei zugehört wurde und wie aufmerksam der Besucher den Erklärungen folgte. Ein dankbares Lächeln über die nicht immer kurze Erklärung ist dann der Lohn. Man könnte fragen, was bedeutet so ein Lächeln? Es trägt vielleicht dazu bei, daß man immer wieder mit gleicher Freundlichkeit, mit gleichem Interesse dieselben Fragen beantwortet. Aber vor allem weiß man dadurch, daß der Kunde befriedigt ist, und sein Interesse für die Uhren weiter anhalten wird.

Man sollte auf der Ausstellung ja nicht nur verkaufen wollen, sondern die Besucher in erster Linie mit den Uhren vertraut machen.

Bei Ausstellungen hat man mit verschiedenen Arten von Menschen zu tun: erstens mit dem Fachmann, der genaue Auskunft über alle Einzelheiten, über den Gang, die Funktion und das Material wünscht. Er legt weniger Wert auf die Äußerlichkeiten und würde vielleicht auch ohne jegliche Reklame an den Stand herantreten. Dann kommen die Neugierigen, die in der Mehrzahl sind und nur auf Reklame und Äußerlichkeiten Wert legen. Zu ihnen gehören vor allen Dingen die Frauen. Die Frau ist leicht für etwas Schönes zu begeistern. Sie kauft lieber eine Uhr, die äußerlich gut aussieht, und achtet weniger auf das Werk. Sie sieht in Gedanken schon



Wirkungsvolle Großuhrenanordnung in einer Ausstellung



Auch „Ecken“ in einer Ausstellung können geschmackvoll mit Uhren dekoriert werden

die schöne Tischuhr in ihrem Zimmer und überredet so ihren Mann zum Kauf.

Besonderes Interesse fanden bei der diesjährigen Büroausstellung Arbeitszeit-Kontrollapparate, Wächterkontrolluhren und Schalluhren. Was die Besucher gar nicht kannten, waren Ato-Uhren und elektrische Wecker. Diese beiden Arten mußte ich immer wieder erklären. Die Ato-Skeletuhr und auch die verchromte Ato-Wanduhr wurden geradezu wie ein Wunder angestaunt. Ich hatte den Eindruck, als ob die Ato-Uhr eine bessere Zukunft hat als die Synchronuhr. Besonders interessant war das Argument, daß die Uhr etwa drei Jahre ununterbrochen geht und daß man dann für nur wenig Geld die Batterie zu erneuern hat.

Stark beachtet wurden auch die Synchronuhren mit schleichendem Sekundenzeiger. Es fand immer wieder Bewunderung, daß eine ganze Anzahl solcher Uhren – nebeneinander aufgehängt – sekundengenaue Zeit zeigten. Es wurden oft Fragen über diese Uhren gestellt, die mir zeigten, wie wenig die Leute über elektrische Uhren wissen. Liegt es vielleicht daran, daß für die elektrische Uhr zu wenig Reklame gemacht wird? Jede Ausstellung ist die beste Gelegenheit für eine solche Werbung!

Würde man sich in einem Laden eine Uhr erklären lassen? Ich glaube nicht. Aber auf der Ausstellung kann sich der Besucher die Uhren genau ansehen und erklären lassen, ohne irgendwie zum Kauf verpflichtet zu sein. Er wird sicher auch später darauf achten, ob er die in der Ausstellung gesehenen Neuigkeiten in Uhrengeschäften findet.

Ich bin der Überzeugung, daß viele Besucher mit dem Gedanken nach Hause gegangen sind: „Eine solche Uhr kaufe ich mir bestimmt auch.“ Ist nicht so der Zweck einer Ausstellung erfüllt? (1/523)

Anneliese Streich.

**Kleine Anzeigen,** Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**