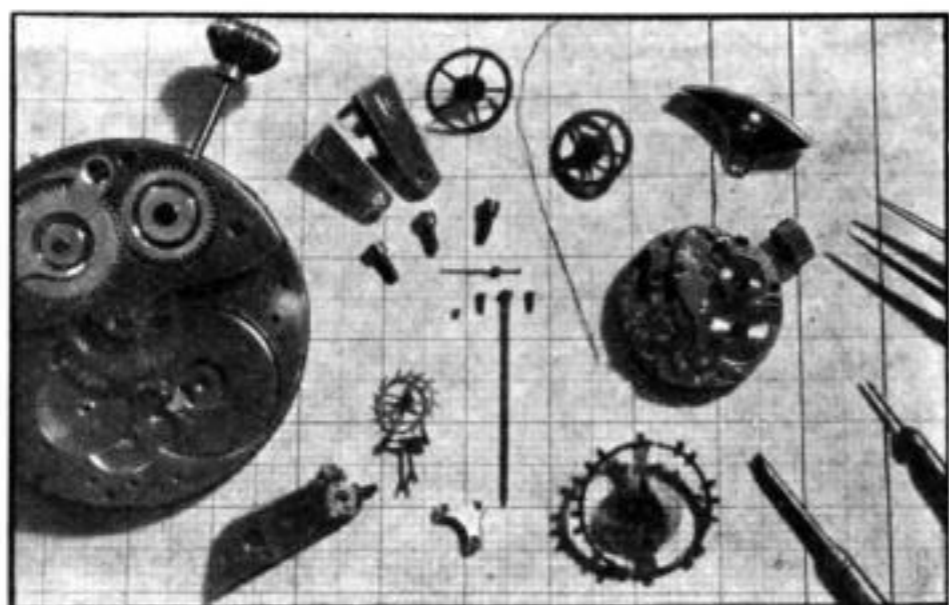


Der Pfuscher macht für Sie Reklame, Herr Uhrmachermeister!

Zwei unterhalten sich über eine ganz und gar fachliche Frage



Uhrteile Foto UHRMACHERKUNST

„Es ist ein Kreuz mit den Reparaturpreisen“, seufzt der alte Meister, „keiner will den Preis bezahlen, den man wirklich haben muß, um eine anständige Reparaturarbeit zu leisten.“

„Das glaube ich nicht“, antwortet mit fester Stimme der jüngere, aber erfolgreiche Kollege. „Eine gute Arbeit wird nach meinen Erfahrungen noch immer vom Publikum geschätzt.“

„Diese Illusion wird Ihnen noch vergehen“, wendet unzulänglich der Ältere ein. „Wenn ich dem Kunden sieben oder acht Mark abfordere, so höre ich stets, daß der und der es viel billiger macht und daß die Uhrmacher viel zu teuer seien. Sie wissen doch selbst, was die Pfuscher für Preise machen. Dabei kann man doch nicht bestehen.“

„Ich freue mich sogar darüber, daß es Pfuscher gibt, obwohl sie für das Gewerbe natürlich keine Reklame sind“, lächelt verschmißt der junge Meister.

„Da hört doch alles auf!“ Der alte Meister gerät ordentlich in Harnisch. „Haben Sie, junger Dachs, etwa nicht unter den Pfuschern und Preisschleudern zu leiden?“

„Ganz im Gegenteil, verehrter Kollege! Wenn es keine Pfuscher geben würde, käme doch meine gute Arbeit gar nicht zur Geltung.“

„Was nützt Ihnen das?“ brummt der andere. „Das Publikum kann das ja gar nicht erkennen, für den Laien ist eben Reparatur gleich Reparatur.“

„Gestatten Sie, daß ich ganz anderer Ansicht bin“, wendet der Junge verbindlich ein. „Wenn ein Kunde das erste Mal eine Reparatur ausführen läßt, so mag Ihre Theorie stimmen. Dann läuft auch mir mitunter einer weg und vertraut seinen Zeilmesser dem billigen Jakob an, aber wenn er dort gewesen ist . . .“

„Geht er immer wieder hin“, will der Ältere ergänzen. —

„Nein, nein, dann kommt er zu mir! Dann erinnert er sich nämlich, was ich ihm über gute und schlechte Reparaturen gesagt habe, denn dann hat er zu meinen Worten den praktischen Beweis kennengelernt.“

„Was sind denn das für Zauberworte, die Sie dem Kunden sagen?“ Der alte Meister fragt es sehr mißtrauisch.

„Ich sage jedem Kunden, der meinen Preis nicht annehmen will, daß es zweierlei Arten von Reparaturen gibt. Man kann für billiges Geld eine flüchtige Reparatur ausführen, die aber ohne Erfolg ist, weil entweder die Uhr nach einiger Zeit wieder versagt, oder schlecht reguliert, so daß eine neue Reparatur vonnöten wird. Das kostet dann noch mal, vielleicht drei- oder viermal,

so daß die Summe bestimmt höher ist als bei einer wirklich ordnungsgemäßen Reparatur. Die Uhr wird auch nicht besser bei Pfuscharbeit. Weiter sage ich dem Kunden, daß ich diese billigen, flüchtigen Reparaturen grundsätzlich nicht ausführe, sondern jede mir anvertraute Uhr so gewissenhaft wieder herstelle, daß jeder Reparaturkunde vollkommen zufriedengestellt wird. Geht dann der Kunde doch zum Pfuscher, so erinnert er sich nachher, wenn er die billigere Erfahrung gemacht hat, meiner warnenden Worte, und dann kommt er reumütig zu mir und zahlt anstandslos den verlangten Preis. Seine Uhr wird dann ganz erstklassig hergerichtet, denn ich weiß, daß ich dann einen Kunden für immer gewonnen habe.“

„Das wäre wirklich zu überlegen“, sagt nachdenklich der ältere Herr, doch kommt ihm gleich wieder ein Bedenken: „Woher weiß denn der Kunde, was die Reparatur bei Ihnen kosten wird? Nachher, wenn er die Uhr abholt, und er den Preis erfährt, setzt doch erst das Geschrei um den Preis ein.“

Der junge Meister sieht seinen Kollegen erstaunt an, dann lacht er kräftig los: „Aber, Herr Kollege, gibt es denn das noch, daß man dem Kunden nicht vorher sagt, was die Reparatur kosten wird? Es ist doch ganz selbstverständlich, daß man auch unaufgefordert jedem Kunden sagt, was die Herrichtung der Uhr ihn kosten wird.“

„Wir sagen es nur, wenn einer danach fragt.“

„Das ist aber grundfalsch! Deswegen haben Sie sicher viel Ärger mit Ihren Kunden. Das müssen Sie unbedingt ändern.“

Der andere ist noch nicht überzeugt: „Man kann doch nicht immer gleich wissen, was gemacht werden muß?“

„Dann sagen Sie dem Kunden, er soll noch mal vorbeikommen, oder rufen Sie ihn an oder schreiben Sie ihm. Führen Sie nie eine Reparatur aus, bevor der Kunde weiß, was sie kostet. Damit beweisen Sie auch Ihre absolute Reellität. Auch das ist ein Argument gegen die Pfuscher.“

„Oft glaubt mir der Kunde aber nicht, daß ich bessere Arbeit leiste oder daß überhaupt die Uhrenreparatur eine schwierige Sache ist. Ich glaube, das Märchen vom Blasebalg geht noch immer um.“

„Auch da gibt es ein einfaches Mittel, führen Sie den zweifelnden Kunden in die Werkstatt. Lassen Sie ihn mal die kleinen Arbeiten sehen, die gemacht werden müssen. Er wird bestimmt geheilt sein. Er wird Sie voller Erstaunen und Bewunderung betrachten. Wie ist das nur möglich? wird er ausrufen.“

„Das wäre eine gute Idee.“ Beifällig nickt der Meister, Und wie er so darüber nachdenkt, kommt ihm doch wieder ein Bedenken: „In meine Werkstatt kann ich keinen führen, die ist schon alt, die Wände sind schwarz, die Werkbische auch schon recht unansehnlich. Da bekommt der Kunde ja einen Schreck.“

„Höchste Zeit, daß Sie jetzt einen tüchtigen Maler holen. Der muß die Wände weißen, die Tische fein sauber streichen und außerdem werfen Sie allen unnötigen Krempel weg. Dann wird auch Ihre Werkstatt für Kundenbesuch gerüstet sein.“

„Ich danke Ihnen, Herr Kollege.“ Der alte Herr faßt einen großen Entschluß: „Jetzt bestelle ich den Maler und den Tischler, und morgen geht's los, und dann halte ich Instruktionssunde im Geschäft, wie man es jetzt machen muß. Und wegen der Pfuscher bin ich jetzt auch beruhigt. Die schlagen wir aus dem Felde, was, Kol-