



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

62. JAHRGANG

BERLIN W 35, 23. APRIL 1937

NUMMER 17

Verkaufen statt reparieren!

Diesen Aufsatz aus dem „Journal Suisse d'Horlogerie“ sollten Sie immer wieder lesen! In seiner strikten Befolgung liegt ein wichtiger Weg zur Erhöhung Ihres Uhrenumsatzes. Daß dieser Weg zum Erfolg führt, sagt Ihnen der Verfasser, der Züricher Berufskamerad Fischer, ausdrücklich. Dabei ist er keiner von den „Großen“, sondern er hat nur ein kleines Geschäft im Vorstadtviertel.

Es herrscht in Fachkreisen noch vielfach die Ansicht, daß der wirkliche „Dienst am Kunden“ darin besteht, alle vorgebrachten Wünsche möglichst restlos zu erfüllen. Aus diesem Grunde werden oft Uhren zur Reparatur entgegengenommen, für die sich die Arbeit wirklich gar nicht mehr lohnt und wo dem Kunden mit dem Verkauf einer neuen Uhr tatsächlich besser gedient wäre. Es ist dies bestimmt in den meisten Fällen so, häufiger, als man annehmen möchte, weil schon durch Preisabbau einerseits und technische Vervollkommnungen andererseits eine neue Uhr gleicher Qualität wie die alle im allgemeinen bedeutend weniger kostet.

Ich habe es mir deshalb zum Prinzip gemacht, es geradezu abzulehnen, eine Uhr zu reparieren, wenn der Preis hierfür in gar keinem Verhältnis zum gegenwärtigen Wert dieser Uhr steht oder offensichtlich auch bei sorgfältigster Reparatur kein anhaltend gutes Gangresultat mehr erzielt werden kann.

Psychologisch läßt sich dieses Vorgehen vielleicht mit einem Arztbesuch vergleichen. Grundbedingung für jede Heilung ist schnelle und sichere Diagnose. Durch sie erwirbt der Arzt das Vertrauen des Patienten und die Möglichkeit, ihm zu helfen. Nun ist das Diagnostizieren für den Uhrmacher im allgemeinen bedeutend leichter als für den Arzt; denn jede „Schicksalswendung“, jede „Behandlung“ hinterläßt sichtbare Spuren in der Uhr.

Habe ich also eine Uhr vor mir, die die Reparatur nicht mehr lohnt, so sage ich dem Kunden je nach Befund ganz offen, wie alt z. B. seine Uhr ist, wie viele Male sie vermutlich bereits repariert wurde, und kläre ihn über sämtliche Mängel von Uhr oder Gehäuse auf.

In den meisten Fällen ist der Kunde von der sicheren und aufschlußreichen Diagnose stark beeindruckt; er beginnt, Vertrauen zu meiner fachmännischen Kompetenz zu fassen, so daß der Boden für den Verkauf einer neuen Uhr gut vorbereitet ist.

Ich habe immer wieder die Beobachtung gemacht, und die Unmenge alter Uhren, die immer noch im Gebrauch sind, sind der beste Beweis hierfür —, daß viele Kollegen vor diesem Vorgehen zurückschrecken aus

Furcht, durch die Verweigerung einer Reparatur den Kunden zu verärgern oder gar zu verlieren.

Im Grunde genommen ist der Übergang gar nicht so schwer; denn heute verfügen wir ja über viele und wirksame Argumente, um dem Publikum gerade jetzt den Kauf einer neuen Uhr als besonders vorteilhaft darzustellen, ist es doch leicht, dem Kunden zu erklären, daß er heute für den gleichen Preis eine viel bessere Uhr erhält, als dies vor einem oder zwei Jahrzehnten der Fall war. Will er dagegen einen gleich hohen Betrag nicht mehr anlegen, so bekommt er eine ebenso gute, wenn nicht bessere Uhr auch für weniger Geld.

Ein wichtiges Argument ist die Tatsache, daß seine Uhr, die er augenblicklich besitzt, überhaupt nicht geht und ihre Instandsetzung 10 bis 15 Fr. kosten würde. Ich erkläre ihm also, daß ihn die neue Uhr nicht 50 oder 60 Fr., sondern nur 45 oder 35 Fr. kostet, da er sowieso für eine Reparatur 15 Fr. hätte anlegen müssen. Es ist somit zur Zeit der günstigste Moment für den Kauf einer neuen Uhr.

Habe ich somit alle Gründe, die für eine Neuanschaffung sprechen, erschöpft — es mögen auch noch andere Elemente wie modische Form usw. herangezogen werden — dann gehe ich dazu über, dem Kunden die Vorzüge der modernen Uhr, die ich ihm empfehlen will, zu schildern. Bleibt er auch hierauf noch unzugänglich und besteht auf der Reparatur seiner alten Uhr, dann weigere ich mich geradezu, diese Arbeit auszuführen, indem ich ihn an einen anderen Uhrmacher verweise mit der Begründung, daß ich ihm mit gutem Gewissen kein Geld für eine Reparatur abnehmen kann, wenn ich nicht von vornherein die Gewißheit habe, ihm wieder eine tadellos gehende Uhr aushändigen zu können.

Diese Weigerung verfehlt ihren Eindruck auf den Kunden nicht; denn er sieht, daß ich in seinem Interesse gewillt bin, nicht nur auf den Verkauf einer neuen Uhr, sondern auch auf den Reparaturverdienst zu verzichten.

In den meisten Fällen wird der Kunde, wenn er das Geld in der Tasche hat, sich sofort zum Kauf einer neuen Uhr entschließen. Ist dies nicht der Fall und will er sich unter allen Umständen die Sache noch überlegen, so kann ich mit ruhigem Gewissen behaupten, daß 90% aller Kunden, denen ich die Notwendigkeit des Kaufs einer neuen Uhr erklärt habe, zurückgekommen sind. Sie haben es sich oft tage-, ja wochenlang überlegt, und die Idee, mit dem Kauf einer neuen Uhr besser zu tun, hat sie nicht mehr losgelassen.