

Ein solches Vorgehen ist natürlich überhaupt nur möglich, wenn der Verkäufer von der Güte der neuen Uhr, die er seinem Kunden empfiehlt, reslos überzeugt ist, so daß er dieselbe mit größtem Nachdruck und aufrichtiger Begeisterung empfehlen kann.

Wenn ich einkaufe, denke ich bei jeder Uhr an den Verkauf, d. h. an die Argumente, die ich vorbringen muß, um die Uhr abzusetzen. Wenn bei allen Einkäufen stets der Verkauf im Auge behalten würde, hätten manche Lagerbestände ein anderes Aussehen. Nur der Verkäufer, der weiß, daß die Uhr, die er seinem Kunden empfiehlt, auch wirklich so gut ist, wie er es vorgibt; nur der Verkäufer, der weiß, daß alle Versprechungen, die er macht, auf Wahrheit beruhen, wird die Überzeugungskraft aufbringen, die notwendig ist, dem Kunden von einer Reparatur abzuraten und ihn zu einer größeren Ausgabe für den Erwerb einer neuen Uhr zu bewegen.

Ich habe nach gründlichem Studium verschiedener Fabrikate diejenigen Typen für mich ausgewählt, von denen ich weiß, daß sie den Ansprüchen meiner Kundschaft am besten entsprechen. Andere Marken führe ich überhaupt nicht, und es ist mir noch nicht vorgekommen, aus diesem Grunde ein Geschäft zu verlieren. Hierbei ist natürlich zu berücksichtigen, daß ich es mit einheimischer Kundschaft zu tun habe, die ja im allgemeinen weniger hartnäckig eine Markenuhr verlangt als der Fremde, dem der Uhrmacher unbekannt ist.

Ich halte es außerdem für meine Pflicht, den von mir verkauften Uhren einen weitgehenden Kundendienst angedeihen zu lassen. Da ich nur Uhren mit absolut auswechselbaren Teilen führe, so sind Reparaturen verhältnismäßig einfach und billig.

Ein wichtiges Moment für den Erfolg beim Verkauf ist die persönliche Bedienung durch den Uhrmacher. Als ich wegen mehrwöchiger Krankheit dem Geschäft fernbleiben mußte, machte sich dies sofort durch Rückgang des Umsatzes unangenehm fühlbar.

Ich bin der Ansicht, daß das mir entgegengebrachte Vertrauen mein größtes Kapital ist, und ziehe es eher vor, auf einen momentanen Gewinn zu verzichten, als das Vertrauen eines einzelnen Kunden einzubüßen. Die Gewissenhaftigkeit, mit der der Uhrmacher den Kunden bedient, spricht sich herum und erhöht automatisch den Kundenkreis. Ich glaube, wenn im allgemeinen das Publikum heute den Uhrmacher im schlechten Sinne mit dem Apotheker vergleicht, so ist der Grund in mangelnder fachlicher Aufklärung seitens des Verkäufers und dem Wunsch zu suchen, an einem einzigen Kunden zuviel verdienen zu wollen.

Ich möchte mit diesen Ausführungen nicht den Eindruck erwecken, etwas besser zu wissen. Ich wollte nur den Beweis erbringen, daß der Fachmann, der sich mit Begeisterung seinem Berufe widmet, auch heute noch hierfür seine Belohnung im Erfolge findet! (I/1329)

## Geschichte der Uhr im Schaufenster!

Wir haben immer wieder darauf hingewiesen, daß interessante alle Uhren im Schaufenster eine außerordentlich große Anziehungskraft auf das Publikum ausüben. Auch heute möchten wir Ihnen mit diesen zwei Photos von solchen Ausstellungen Lust machen, selbst einmal die Wirksamkeit auszuprobieren!

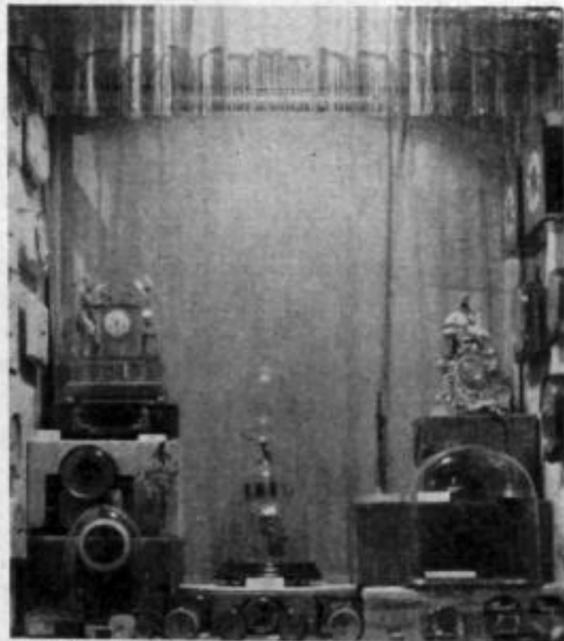
Wenn Sie es nur darauf anlegen, so bekommen Sie sicher an verschiedenen Stellen solche bemerkenswerten Uhren. In geschickter Mischung mit den modernen Zeitmessern ergibt sich dann ein Schaufenster, das die Kunden längere Zeit zum Verweilen einladet — ausführliche Texte nicht vergessen! — und dann aber auch zum Kaufen anregt.

Die Firma Friß Seelmann in Dessau hat uns die beiden veröffentlichten Abbildungen übersandt. Sie besitzt selbst eine größere Sammlung aller Uhren, die zum

Teil auch auf einer Gaukulturwoche gezeigt wurden. Das Interesse, das dort die Uhren gefunden haben, regte an, eine Fortsetzung im eigenen Schaufenster zu bringen. So entstand eine erste Folge: Die Uhr im Wandel der Zeit, und ein zweites Fenster: Technisch interessante Uhren.

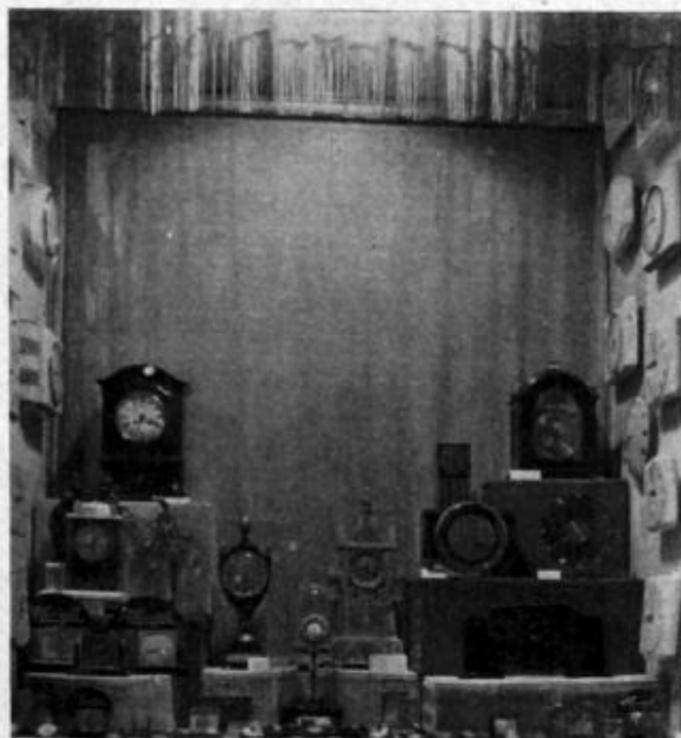
Leider zeigen die Abbildungen nicht, welche überaus wertvollen Stücke zur Ausstellung gelangen konnten: Taschen-Sonnenuhr, die zugleich Nachluhr ist, Nürnberger Kompaß, Waagehemmung, einseitige Stiftenhemmung und verschiedene andere Uhren.

Jedesmal nahm die Tagespresse regen Anteil an diesen Schaufenstern. Das ist zwar kostenlose Reklame, die aber durchaus erlaubt ist, da sie bemerkenswerte Leistungen behandelt. Und auch Sie sollten bald einmal daran denken, Ihre Tagespresse in dieser Weise mit Material zu versehen! (I/1328)



Technisch interessante Uhren

Fotos: Prival



Die Uhr im Wandel der Zeit

*Das  
Schaufenster  
belehrt*