

der Alpina, Ankra, ZentRa, Gedü:

Freundliche und höfliche Bedienung ist das Mindeste, was ein Kunde verlangen kann. Der Kunde muß die Hochachtung fühlen, mit der er in unserem Geschäft umgeben wird. Geringe Kleinigkeiten schon vermögen die Einstellung des Kunden zu uns negativ zu beeinflussen: schon unnötiges Warten ohne Entschuldigung, unhöfliches Fragen nach den Wünschen, zu vieles Fragen ohne Waren vorzulegen — all das kann ausschlaggebend dafür sein, ob der Kunde sich zu uns zurückfindet. Die richtige Behandlung der „Schleute“ oder besonders verwöhnten Kunden erfordert außerordentliche Selbstbeherrschung und auch oft Selbstüberwindung.

Norbert Handwerk — der langjährige Werbeonkel der Ankra — knüpfte an ein Wort von Professor Hunke — dem Präsidenten des Werberates — an und kam zu dem Schluß, daß in der Wirtschaft eine natürliche Auslese durch bessere Leistung stattfindet. Diese bessere Leistung des Handwerkers muß aber auch den Mitmenschen vor Augen geführt werden. Zur erfolgreichen Werbung gehört auch, daß der Fachmann seine Arbeit besser tut als sie verlangt wird! Ganz besonders wichtig ist die Kontrolle aller zum Verkauf gelangenden Uhren!

In den letzten Jahren rühriger Arbeit hat die Ankra zahlreiche Mitglieder gewinnen können, die sich außerordentlich mit ihrer Ankra verbunden fühlen.



Markenuhrverein e. V. (ZentRa)

Reichstagung in Hamburg vom 22. bis 23. August

Das Tor Deutschlands zur Welt, Hamburg, sah die elfte Reichstagung der ZentRa, zu der 600 Teilnehmer gekommen waren. 450 Mitglieder begrüßte der Vorsitzende Alb. Kraß (Minden), dessen Zusammenschluß nunmehr 2586 Mitglieder betreut.

Auch die ZentRa ließ bei der Hauptversammlung durch ihre Vertragsgrossisten eine große Warenschau aufbauen, die den Mitgliedern die Neuheiten zeigte. Eine Werbemittelschau vervollständigte auch hier den Rahmen der Tagung. Die Werbung der ZentRa erhält eine Aktivierung dadurch, daß der Werberater Georg Pluschke nunmehr in der Geschäftsstelle in Berlin tätig ist und auch an den Bezirkstagungen teilnehmen wird.

Mehrere wertvolle Fachvorträge bildeten den Mittelpunkt der Tagung, nachdem der Vorsitzende einen kurzen Bericht abgegeben hatte und Berufskamerad Weißhäupl (Wien) seinen Dank für die zahlreichen Wünsche der Berufskameraden ausgesprochen hatte.

Direktor Kaß von der Firma Rodi & Wienberger (Pforzheim) sprach über den Werdegang eines Taschen-uhrehäuses aus Dublee und aus Stahl.

Helmrich Dohrmann (Bremen) schilderte die Lage im Uhrenfachhandel. Unterstützung der Markenwerbung durch Eigenwerbung ist stets notwendig. Die Frage des Mitarbeitermangels erfordert rationelle Arbeit, um Zeit zu sparen. Kundendienst heißt: Mehr tun als verlangt wird.

Oberingenieur A. Vornfett, der technische Leiter des Draht- und Zugfederwerkes der Gebr. Junghans AG. in Lehengericht, vermittelte Einblicke in die Herstellung der Zugfedern, die außerordentlich aufschlußreich waren und dieses Gebiet den Hörern in einem ganz anderen Lichte zeigten.

Dr. Müske als Geschäftsführer führte zu Beginn seines Berichtes aus, daß die Handelsmarken heute keine Frage mehr sind, da das Reichswirtschaftsministerium ihnen günstig gegenüberstehe, und daß auch die erweiterten Rechte der Fachgruppe Gemeinschaftseinkauf dafür sprechen.

Berufskamerad Waller Kohsieck (Osnabrück) als Mitglied der ZentRa-Fachkommission sprach über die wichtigen Aufgaben, die auf dem Gebiet der Qualitätssteigerung liegen, die aber vorläufig wegen der entgegenstehenden Schwierigkeiten nur langsam erzielt werden kann. Selbstverständlich ist auch bei der ZentRa die Prüfung der Uhren vor dem Verkauf. Wir haben in unserer „Uhrmacherkunst“ die wesentlichsten Ausführungen von Berufskamerad Kohsieck in seinem Aufsatz in Nr. 19 veröffentlicht.

Berufskamerad Hugo Dürr (Stuttgart) ergänzte diesen Bericht noch und erwähnte eine Wecker-„Verbesserung“, die darin bestand, daß die Körnerlager nicht mehr eingeschraubt, sondern nur eingedrückt waren, was natürlich zu Schwierigkeiten bei der Reparatur führte. Die „Neuerung“ sei sofort abgeschafft worden.

Über die Werbung der ZentRa berichtete Berufskamerad Otto Peßhold (Berlin), daß die Stärke der ZentRa — die über 2500 Mitglieder vereint — dem Publikum einleuchtet, und daß vor allem hiermit gewonnen werden sollte.

Berufskamerad Stefan Saghy (Wien) machte interessante Ausführungen über die Tätigkeit der Arisierungskommission in Wien.

Der Werbeleiter der ZentRa, Georg Pluschke, empfahl die Aufstellung eines Werbeplans, der etwa 3—4% des Umsatzes betragen könne. Die einzelnen Werbemittel wog er gegeneinander ab und machte entsprechende Vorschläge. Für das Schaufenster ist die Feststellung wertvoll, daß die durchschnittliche Betrachtungszeit für ein Schaufenster unserer Branche 29 Sekunden beträgt, festgestellt bei 10000 Beobachtungen.

Berufskamerad Mergel (Köln) sprach der Leitung des Markenuhrvereins den Dank aus für die umsichtige Arbeit.

Den Abschluß bildeten der Besuch von Hagenbecks Tierpark und später die Fahrt nach den Ostseebädern. Sie rundeten den Gesamteindruck der festlichen Stunden ab und werden den Teilnehmern noch lange im Gedächtnis haften bleiben.