

Werbefalender

für April 1940

Gedenktage im April 1940

1. Otto von Bismarck	125. Geburtstag
1. Cosima Wagner	10. Todestag
2. Paul Fleming, Arzt und Dichter	300. Geburtstag
6. Robert Volkmann, Tondichter	125. Geburtstag
8. Wilhelm von Humboldt	105. Todestag
20. Adolf Hitler	51. Geburtstag



Vorschläge für Sonderfenster und Sonderecken

Schriften über Liebe in alter und neuer Zeit (Novellen, Erzählungen, Liebesromane) — Naturfreunde auf Wanderschaft (Tier- und Pflanzenbestimmungsbücher, Naturbeschreibungen) — Deutsche Forschungsarbeit (Erfinder- und Entdeckerbiographien, Fachbücher) — Aus der Werkstatt deutscher Künstler (Skizzenbücher, Kunstmappen, Bücher über das Wesen der Malerei, Plastik, Dichtung, Musik usw.) — Das Fachbuch des Gärtners (Winke für Gartenfreunde).



Bekanntlich ist es gegenwärtig nicht immer möglich, Sonderwünschen eines Kunden nachzukommen. Es ist bedauerlich, wenn daher Verkäufer glauben, sie hätten dem Kunden gegenüber keinerlei Verpflichtungen mehr.

Wenn die Arbeit im Laden durch Personalausfall erschwert ist, so ist das keine Entschuldigung für schlechte Bedienung. — Ist nur ein Verkäufer im Laden und befindet er sich im Gespräch mit einem Kunden, während ein anderer eintritt, so soll weder der erste stehen gelassen werden, noch der letztere unbeachtet bleiben. Der Verkäufer wird bemüht sein, den neu Eintretenden bei guter Laune zu halten, auch wenn er ihn ein Weile warten lassen muß. Entschuldigungen wie »mein Gehilfe ist gerade zu Tisch« wirken höchst ungeschickt. Derartige Redewendungen hört der Bücherkäufer aber immer wieder in manchen Buchhandlungen.

Während der erste Kunde in den ihm vorgelegten Büchern blättert, findet sich Zeit, den zweiten zu begrüßen, ihn nach seinen Wünschen zu fragen und ihm eine Auswahl von entsprechenden Werken vorzulegen. Langeweile gibt es in keiner Buchhandlung. Verlangt er ein bestimmtes Buch, so ist ihm nach Möglichkeit sofort zu sagen, ob es am Lager ist oder nicht. Muß das Buch erst bestellt werden, so empfiehlt es sich, den Kunden zu bitten, auf einem ihm überreichten Blatt Papier seinen Namen mit Adresse und den Titel des verlangten Werkes aufzuschreiben. In der Zwischenzeit kann man sich wieder dem anderen zuwenden.

Unnötig lange Dialoge vermeidet man. Der Verkäufer soll überhaupt nicht zu viel reden, auf keinen Fall belehren. Fragen wie »kennen Sie Kolbenheyer« und dergl. sind unangebracht. Statt dessen lasse man die Bücher sprechen. Beim Vorlegen genügt ein kurzer Hinweis: »Es ist ein neuer Roman von Kolbenheyer« o. ä. m. — Es ist ebenso falsch, vor den Augen des Kunden eine Buchbesprechung etwa vom Waschlapp abzullesen, wie eine solche gleichsam auswendig gelernt anzubringen.

Einfache Worte wie »ein Roman aus dem Bauernleben in Dommern vor dem Weltkrieg« bedeuten jedem, auch dem belesterten Bücherfreund mehr als literarische oder feuilletonistische Redewendungen. Dem erfahrenen Kunden gegenüber sind stilistische und inhaltliche Vergleiche mit Werken bekannter Dichter der älteren Literatur durchaus angebracht, wie auch das Aufschlagen bezeichnender Stellen eines wichtigen Kapitels, um ihm durch eigenes Nachlesen einen Eindruck zu vermitteln; dem unbelesterten Kunden erzählt man etwas aus dem Inhalt, ohne auszuweichen.

An schöngeistigen Büchern sind Einband und Drucktechnische Ausführung wichtig. Besonders ungeschickigen Kunden wird die äußere Aufmachung eines Buches oftmals zum Kaufentscheid. Kommt ein Kauf nicht zustande, so wäre das Verkehrteste was man tun könnte, dem Kunden einen Ärger darüber zu zeigen. Wir müssen immer bedenken: Auch dem Kunden ist es unangenehm und er verläßt das Geschäft mit peinlichem Gefühl, wenn er nichts gekauft hat. Wird er aber trotzdem an die Ausgangstür begleitet und mit freundlichem Blick verabschiedet, so wird er keine Gelegenheit veräumen wiederzukommen, um sich diesmal der ihm erwiesenen Gunst würdig zu zeigen, besonders weil man solche Gunst in manchem Laden jetzt leider vermißt.

Werbestelle