

die Körperpflege sind weitere Mittel zur Demonstration, abgesehen davon, daß sie der Umgebung angepaßt, mit dem richtigen Benehmen und anderem Mehr gepaart sein müssen, um harmonisch auszuklingen, den guten Eindruck und damit die Kraft der Wirkung nicht zu stören.

Das Inserat, das Plakat, die Drucksache des Kaufmanns, sie sind schließlich auch nur Teile der Demonstration und im Effekt nur eine Anzeige, eine Bekanntgabe, geeignet, durch sympathische Form und Aufmachung das Interesse zu wecken durch vorteilhafte Preisangaben oder den sonstigen Inhalt zu locken, wobei ebenfalls nicht nur der begrenzte Rahmen der Bekanntgabe, sondern auch die verschiedene Auffassungsgabe und das Beharrungsvermögen der Adressaten in Betracht gezogen werden müssen. Alles dies bringt aber immerhin erst zustande, gewonnene Interessenten dem Kaufmann „zuführen“.

Um diese Wirkung aber zu vervollständigen, um den Interessenten zum Käufer werden zu lassen, überhaupt den erzielten Erfolg rationell zu fruktifizieren, dazu gehört unter Umständen noch der aufmerksame, liebenswürdige Empfang, die gewissenhafte Bedienung, kurz, das eindrucksvolle Entgegenkommen in passender Umgebung, das dem gewonnenen Kunden seine Entschlüsse erleichtert; dazu noch diejenige reelle Abwicklung des Geschäftes, die dem Käufer Vertrauen einflößt und Zufriedenheit und Dankbarkeit auslöst, damit er nicht nur momentan gewonnen worden ist, sondern auch erhalten bleibt, sogar aus einem Dankgefühl heraus Träger einer weiteren Reklame wird, indem er den Kaufmann eben empfiehlt.