

sich in einem Laden befindet, und auch die Unterhaltung mit dem Verkäufer wird aus diesem Grunde unwillkürlich zwangloser ausfallen und in vielen Fällen einen mehr privaten Charakter annehmen. Leider wird sich diese Art der Bedienung nur in wenigen Läden anwenden lassen, da oftmals die Raumverhältnisse zu beschränkt sind.

Ein anderes Erfordernis für die Bequemlichkeit des Kunden, das sich mit ganz geringen Mitteln ermöglichen läßt, ist eine Abstellvorrichtung für Stöcke und Schirme. Ein Kunde, der eine Ware besichtigen wird, liebt es, wenn er beide Hände frei hat, um auch die Ware einmal in die Hände zu nehmen und aus der Nähe betrachten zu können. Wo soll er nun seinen Stock oder Schirm lassen? Hängt er ihn an den Tisch, so passiert es sehr leicht, daß er herunterfällt, legt er ihn über den Tisch, so stört er, und außerdem sieht es nicht sehr gut aus. Wenn es nun auch noch draußen regnet, so sammeln sich auf dem Fußboden kleine Pfützen an, die zu beseitigen ja auch erst wieder Arbeit erfordern. Ebenso verhält es sich mit der Aufstellung eines Aschenbechers. Sehr viele Kunden und auch in letzter Zeit Kundinnen müssen immer wieder mit der Tatsache rechnen, daß auf dem Ladentisch ein Aschenbecher fehlt und daß sie dadurch in die unangenehme Lage kommen, notwendigerweise den Fußboden zu benutzen. Auch hier läßt sich sehr leicht Abhilfe schaffen, und wir haben außerdem noch den Vorteil, daß wir dadurch immer einen sauberen Fußboden haben.

Eine Selbstverständlichkeit ist auch weiterhin, daß wir unserer Kundschaft größere Pakete in die Wohnung schicken und uns auch anbieten, dies mit kleineren zu tun, denen etwa noch die vorhandenen des Kunden beigelegt werden können. Vielen Kunden ist es nämlich sehr unangenehm, als sogenannter Packesel durch die Straßen zu gehen. Wir werden immer wieder bemerken können, daß besonders Herren sehr gern unser Angebot annehmen. Auch das Verpackungsmaterial muß immer in einem einwandfreien Zustande sein. Zeitungspapier ist nach Möglichkeit ganz auszuschalten, da es in keiner Weise zu unserer Ware paßt.

Eng mit der Bequemlichkeit verbunden ist das Gebiet der

#### Auswahlendungen,

die sehr oft gewünscht werden, da der Käufer nicht in der Lage ist, unser Geschäftslokal aufzusuchen, oder weil er bei einem Geschenk nicht genau weiß, ob es auch die Zustimmung des Beschenkten finden wird. Hierbei haben wir natürlich in unserem eigenen Interesse die nötige Vorsicht walten zu lassen, und in erster Linie müssen wir darauf achten, daß der Kunde auch dementsprechend vertrauenswürdig ist. Bei unbekanntem Kunden dürfte es immer ratsam sein, selbst mit in die Wohnung zu gehen oder aber einen zuverlässigen Gehilfen mitzuschicken. Wohl kaum wird der Kunde darin ein Mißtrauen sehen, das man ja auch sofort zerstreuen kann, indem man ihn darauf hinweist, daß es ihm doch sicherlich sehr angenehm sei, wenn er unseren fachmännischen Rat beim Kauf hören kann. Allerdings soll man nach Möglichkeit nur in den seltensten Fällen dem Kunden die Auswahlendung für längere Zeit überlassen, da wir ja meistens von der betreffenden Warengattung dann zuwenig Auswahl in dem Geschäftslokal haben und wir es außerdem erleben können, daß die Auswahlendung zu Zwecken benutzt wird, die wir nicht beabsichtigt haben. So sind erst in letzter Zeit aus Oberschlesien Klagen gekommen, daß Sonnabends Auswahlendungen in Schmucksachen angefordert wurden, der Schmuck dann bei irgendeinem Vergnügen getragen wurde und die Kollegen die Sendung am Montag vollzählig wieder zurückerhielten, ohne daß ein Verkauf zustande

gekommen wäre. Selbstverständlich steht dem nichts im Wege, daß wir einmal einem guten Kunden zu einer Festlichkeit ein Schmuckstück leihen, denn dann besteht ja immer noch die Möglichkeit, daß das Stück so gut gefällt und zum Schluß doch noch gekauft wird. Aber auch hier kann die nötige Zurückhaltung nichts schaden, denn zu leicht nehmen dann diese Anforderungen der Kundschaft überhand und der Kunde betrachtet es schließlich als sein gutes Recht und wir bleiben mit unserer Ware sitzen.

Besonders vorsichtig müssen wir bei Auswahlendungen gegenüber Jugendlichen sein, und man kann oft schweren Auseinandersetzungen mit den Eltern ausgesetzt sein, die sich leicht vermeiden lassen, wenn wir erst mit diesen Rücksprache nehmen. So passierte es vor einiger Zeit einem Kollegen, daß er der Tochter eines guten Kunden einige Sachen auf Anfordern mitgab, und als er sie nach einiger Zeit wieder anmahnte, von dem Vater Vorwürfe hören mußte, wie er überhaupt dazu käme, einem solchen Kinde Ware zu geben. Mit Recht wies der Kollege darauf hin, daß, falls das Mädchen, oder sagen wir einmal besser der Backfisch, in seinem Auftrage die Ware wirklich geholt hätte und er sie verweigert hätte, er als aller Kunde sicherlich ein Mißtrauen darin erblickt hätte. Gerade dieser Fall zeigt einmal mit aller Deutlichkeit, wie schwer es ist, manchmal den Kunden zufriedenzustellen, aber auch hier werden wir stets mit der nötigen Aufklärung ein gutes Einvernehmen wieder erzielen.

#### Besondere Wünsche des Kunden sind zu berücksichtigen

Trotz unserer großen Auswahl findet manchmal unsere Kundschaft nicht das, was sie sich eigentlich dachte. Es hat nun wenig oder gar keinen Zweck, dem Kunden dann nur sein Bedauern darüber auszudrücken, denn damit ist ihm gar nicht gedient. Versprechen wir ihm aber, das gewünschte Stück zu besorgen, so wird er sehr dankbar sein. In diesem Falle ist beiden Seiten geholfen, der Kunde bekommt die gewünschte Ware, und wir kommen zu unserem Verdienst. Falls es sehr eilig ist und wir nicht mehr die nötige Zeit zur Verfügung haben, um die Sachen noch rechtzeitig heranzubekommen, so seien wir immer so kollegial und schicken ihn zum nächsten Kollegen und sagen dem Kunden nicht, wie es mir auch schon passiert ist: „Wenn ich die Ware nicht einmal habe, so hat sie der Uhrmacher X. schon lange nicht.“ Wir nutzen uns mit dieser Redensart absolut nichts und machen uns vielleicht dem Kunden gegenüber noch lächerlich, wenn er trotzdem späterhin zu dem Kollegen geht und dort das Gewünschte bekommt.

#### Dem Kunden das Kaufen erleichtern

Auch das ist Kundendienst, und zwar nicht der geringste. Viele Leute wissen oft absolut nicht, was sie eigentlich kaufen wollen. Manchmal kommen sie direkt zu uns und sagen uns bloß, ich möchte dem oder dem etwas zu Weihnachten, zur Hochzeit oder zu sonst einer Gelegenheit schenken, und erwarten dann zunächst einmal unsere Vorschläge. An unserer Menschenkenntnis liegt es nun, zunächst einmal festzustellen, welche Preislage ungefähr in Frage kommt. Es hat keinen Zweck, wenn wir versuchen, einfachen Frauen goldene Uhren aufzuschwaßen, deren Güte wir in den höchsten Tönen preisen. Die Frau wird dadurch nur unsicher, fängt an zu zweifeln, daß billigere Uhren auch gut sind, und wird oft ohne einen Kauf unseren Laden verlassen, da wir sie durch die hohen Preise vollkommen verschüchtert haben. Andererseits müssen wir vermeiden, die ganz billigen Uhren zu sehr zu loben, da wir dadurch dem Kunden oft eine Enttäuschung bereiten und dann nur Ärger erleben. Raten wir ihm lieber zum Ankauf einer guten Qualitätsuhr, so ist ihm auf jeden Fall