

ehrwürdige Westminster-Uhr sagte: „Genug davon, ich habe gesehen, ihr habt recht. Solche kleinen treffenden Sprüche im Fenster würden sich ganz gut machen, und das Publikum hätte auch seinen Spaß daran. Hoffen wir alle, daß unser Herr doch noch auf diese Mängel stößt und entsprechend abhilft, auch mit der Beleuchtung am Abend.“ — —

Unterdessen ist es früh 8 Uhr geworden. Die Jalousie wird hochgezogen. Gleich darauf tritt eine elegante Dame, scheinbar mit dem Wiener Frühschnellzug angekommen, ein. „Ach bitt' schen, was kost denn dös goldn Ketterl mit die Stanerl im Fensterl, do unter der oxydierten Kaffeekannen?“ — — „45 Mk. Gnädige . . .“ — — „Nu schön, kaf' i halt, hab glaubt, sei teirer“ —, zahlt, und sagt: „Sie sollten die Sachen auszeichnen“. Grüßt, geht raus. Er ruft ihr nach: „Küss' die Hand, gnä' Frau“. — Hm, sie hat recht, muß nun doch auszeichnen! — —

Die tiefe Stimme der Westminster-Uhr verkündet: „Ich glaube, schon jetzt tritt eine Wendung im Geschäft ein, er kommt darauf, daß auch die Preise im Fenster fehlen. Sogar einen echten Wiener Gruß hat er gegeben, er weiß sich doch zu benehmen, und ihr werdet sehen, heute Abend läßt er bis um 9 Uhr Licht im offenen Fenster brennen, und Schilderchen läßt er auch schreiben!“ — —

Erwin Pfeiffer (Nürnberg).

Bewegliche Tam-Tam-Reklame

Auf dem letzten Verbandstage der Provinz Sachsen führte Herr Kollege A. Herrmann (Ammendorf bei Halle) ein bewegliches Schaustück vor, das sicher seinen Zweck in vollkommener Weise erfüllt.

Herr Kollege Herrmann hat das bekannte Kienzle-Schaustück mit den drei Brüdern Tam-Tam beweglich ge-



macht. Er löste zunächst die rechten Arme der Figuren, die den Paukenschlägel tragen, ab und brachte sie dann wieder beweglich an. Durch ein am hinteren Ende des Armes (hinter der Uhr) angebrachtes Bleistück wurde der Arm ausbalanciert. Durch die auf der Abbildung ersichtlichen beiden Drähte sind alle drei Arme miteinander verbunden. In den als Sockel dienenden Kasten baute Herr

Kollege Herrmann ein kräftiges Werk mit Ankerhemmung ein. An der Ankerwelle ist ein langer Draht befestigt, der in eine Gabel des Armes der mittleren Figur eingreift und somit diesen Arm sowie die mit ihm durch Drähte verbundenen Arme der linken und rechten Figur in regelmäßige Bewegungen versetzt.

Das an und für sich schon sehr originelle Schaustück erhält dadurch eine noch größere Anziehungskraft. Die kleine Umarbeitung, die keine besonderen Schwierigkeiten macht, kann jedem Kollegen nur empfohlen werden.

Vom Lebenswandel des Verkäufers

Für den Verkäufer sind, wenn er ansprechen und Erfolg haben will, ein frisches Aeußeres, gesundes Aussehen und eine geistige Frische unbedingt erforderlich. Wenn das Aussehen des Verkäufers derart ist, daß es auf die Kundschaft einen abschreckenden Eindruck macht, so werden die Kunden dem Verkäufer keine Sympathie entgegenbringen und sich lieber von einem anderen Verkäufer bedienen lassen. Gesetzt der Fall, Sie würden in einem Geschäft von einem Angestellten bedient, dem jeden Augenblick die Augen zuzufallen drohen, der abwechselnd gähnt und dessen hohle Augen sein außergeschäftliches Leben und Treiben vertragen, würde Ihnen ein solcher Verkäufer sympathisch sein? Ich glaube doch sicher nicht. Der Verkäufer möge sich stets vor Augen halten: „In des Menschen Gesichte steht seine Geschichte, sein Hassen und Lieben, deutlich geschrieben.“

Aber meistens ist es dann die „angestrenzte berufliche Tätigkeit“, wie diese jungen Leute zur Antwort geben, die den Menschen so nervös macht und herunterbringt. Gehen wir der Sache nun einmal näher auf den Grund, so müssen wir feststellen, daß nicht die Arbeit es ist, die die Nerven des Menschen zermürbt, sondern meistens die ausschweifenden Vergnügungen, denen sich viele der jungen Leute hingeben.

Der Verkäufer muß auch der Pflege seines Körpers und der Gesundheit die größte Aufmerksamkeit schenken. Vor allem wirkt auf den Kunden ein übler Mundgeruch sehr ungünstig, er freut sich dann, wenn er den Verkäufer nicht mehr vor sich hat. Es gibt so viel Mittel, diesen Mundgeruch zu beseitigen!

(Ib im „Konfektionär“.)

Was soll man den Kunden zu dem Thema „Friedenspreise“ sagen?

Was den Detailverkauf heutzutage zuweilen besonders erschwert, ist der Einwand des Kunden, daß dieser oder jener Artikel doch „früher“ weit billiger gewesen sei. Ungeschickte, oft auf den Mund gefallene Verkäuferinnen verstehen es alsdann nicht, dem Publikum die richtige Unterweisung zu erteilen. „Ja, das kostet heute aber soundso viel!“ Und damit sind sie fertig. Das kann freilich dem Aufklärung suchenden Kunden nicht genügen, und er dünkt sich übeteuert. Was aber das Schlimmste bei der Sache ist: Man glaubt, daß der Einzelhändler jetzt mehr verdiene als ehemals. Dieser Glaube ist stark verbreitet, und oft hört man davon, daß der Detaillist wegen zu hoher Steuern, die er zu zahlen habe, die Ware verteuere und deshalb von diesen Lasten gar nicht betroffen werde.

Man sollte deshalb, um diesem falschem Gerede tunlichst vorzubeugen, das Personal entsprechend unterweisen. In erster Linie ist natürlich auf die Verteuerung der Rohmaterialien aufmerksam zu machen, die den wesentlichsten Einfluß auf den Einkaufspreis des Detaillisten besitzen. Gerade dadurch ist aber der Einzelhändler in die unangenehme Lage versetzt, seinen früheren Nutzen zu schmälern, denn würde er auch dann noch die übrigen Lasten, besonders die vielen Steuerlasten, Verzugszinsen usw. einkalkulieren, so würde sich die Ware um ein weiteres verteuern. Da aber unter den heutigen erdrückenden Verhältnissen jedem Einzelhändler daran liegt, Geld in die Kasse zu bekommen, kalkuliert er weniger scharf als ehemals, oft sogar ohne Nutzen.

All das müßte das Personal in treffenden Worten dem Fragenden erwidern. Wenn es aber hierzu nicht prädestiniert ist, so ist es zweckmäßiger, eine Person heranzuziehen, die eher in der Lage ist, mit der erforderlichen Aufklärung zu dienen. Eine oben wiedergegebene und so oft gehörte Antwort kann die Anschauung des Volkes womöglich nur noch bestärken.

(S. im „Konfektionär“.)

ZEH & SCHIEN, G. m. b. H.
Hanau a. Main

SPEZIALITÄT:
Aparte eingebaute Etuis, Schmuck- und Universal-
Etuils in jeder Preislage — Schaufenster-Etalagen