

(Ärzte und Seelenkundige) versuchen neuerdings wieder stärker, die Handlungs- und Beweggründe der Menschen zu erforschen und zu erklären, woran wir sie (wenigstens teilweise) auch äußerlich erkennen können. Erkenntnisse dieser Art werden auch die Verkaufsleute fördern, wenn sie verstehen, sie sich anzueignen und sie anzuwenden. Für sie kommt besonders in Betracht: Die Körpergestalt, die Körperhaltung, der Gesichtsausdruck und die Gebärden. (Handschriften-, Handflächen- und -liniendeutung werden meist für ihn ausscheiden). Die neueren Forscher lehren: Wie das Äußere so das Innere des Menschen. (Die Schädellehre von Lavater und Gall, die an etwa 30 äußeren Kopfmerkmalen die Seeleneigenschaften erklären wollen, lehnen die heutigen Wissenschaftler ab. Da und dort tauchen gelegentlich solche Bilder auf; sie gehören aber in die vorwissenschaftliche Erkenntnis.) Der Verkäufer muß vor allem wissen, woran man äußerlich den Menschen erkennt. Er muß sich zu vergewissern suchen, ob jemand mehr Seh-, Hör-, Tast- oder Riechmensch ist, was bei ihm vorherrscht im Empfindungsleben. Daraufhin kann er sich dem einzufühlen suchen. Dabei wird ihm die Kenntnis von der äußeren Gestalt unterstützen, wie sie besonders Professor Kretschmer lehrt.

Es gibt nach ihm vier Gruppen von Menschen mit manchen Uebergängen von einer zur andern. Für heute sei nur gesagt, daß die Hageren, Schlanken sich seelisch anders verhalten als die Dicken, Rundlichen (das sind die Hauptgruppen). Zu den Schwächtigen (wie ich sie kurz nennen möchte) sollen die: Ueberempfindlichen, Kühlen, feinsinnigen Schwärmer, Schönheitsdurstigen weltfremden Idealisten, Weltflüchtigen, Reizbaren, Sittenstrengen, kalten Rechner, Sonderlinge und ähnliche Menschen gehören. Unter den Rundlichen, Dicken soll es besonders: Offene und Herzliche, Gutmütige, Lebensbejahende, sinnfrohe Genießer, tatkräftige Praktiker, Humoristen und Menschen mit ähnlichen Eigenschaften geben. Das sind Anhalte für Verkäufer; wer mehr wissen möchte, muß danach fragen, sich im Leben umsehen, lernen und lernen: Aus der Beobachtung, der Erfahrung und den auswertbaren Ergebnissen der Wissenschaft.

Winkeln für Ladenbesitzer

Stellen Sie niemals Gegenstände ins Schaufenster, von denen Sie nur noch ein Stück besitzen.

Machen Sie Ihrer Kundschaft niemals Versprechungen, die Sie nicht in vollem Umfange halten können. Ein enttäuschter Käufer bereitet Ihnen nur Verdruß durch Vorwürfe und Reklamationen; außerdem springt er meistens ab.

Versehen Sie alle im Schaufenster ausgelegten Gegenstände mit hübschen, sauberen Preisschildchen. Bedarfhabende entschließen sich schneller, Ihren Laden zu betreten, wenn sie genau wissen, woran sie sind, als wenn sie auf unliebsame Ueberraschungen gefaßt sein müssen. Diese Tatsache stützt sich auf statistische Ermittlungen. Viele Interessenten kommen auch nur deshalb nicht in Ihr Geschäft, weil es ihnen peinlich ist, nach Preisen zu fragen. Wüßten sie die Preise, so würden viele kaufen.

Ändern Sie mindestens alle vierzehn Tage Ihre Auslage und geben Sie sich Mühe, sie nicht nur geschmackvoll, sondern vor allem übersichtlich zu gestalten. Und vergessen Sie nicht, möglichst viele sehr preiswürdige Gegenstände „blickfängerisch“ in den Vordergrund zu stellen. Die Kundschaft Ihrer Gegend will durch abwechslungsreiche Gruppierungen und Dekorationen zum Kaufen angeregt werden. Sie brauchen nicht jedesmal Neuigkeiten zu bieten.

(Aus der Zeitschrift „Verkaufspraxis“, Stuttgart.)

Worfsicht! Solche Weichenstellung!

Als Käufer oder als Zuhörer eines Verkaufsgesprächs — schreibt M. Ei in der neuen Zeitschrift „Verkaufspraxis“ (Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart) — möchte ich oft, wenn die Verkaufshandlung in ein totes Gleis einlenkt, dem Verkäufer zuzurufen: „Vorsicht! Falsche Weichenstellung!“ Und es erfaßt mich ein gewisses Unbehagen, wenn ich sehen muß, daß der Verkäufer die falsche Weichenstellung nicht im geringsten bemerkt, sondern vielmehr in aller Harmlosigkeit noch weiterhin glaubt, am beabsichtigten Ziel: „Kaufabschluß“ anzulangen.

Jede Verkaufshandlung hat so viele Weichen wie ein Bahnhof. „Verzeihung, wenn ich störe!“ sagt der junge Reisende und hat damit die Weiche für seine Einfahrt schon falsch gestellt. Denn eine der am meisten gebrauchten Weichen ist die Suggestion. Aber

der junge Mann hat die falsche gestellt, die „negative Suggestion“. Die richtige Weiche für glückliche Einfahrt ist die „positive Suggestion“: „Herr Müller, ich kann Ihnen heute etwas zeigen, das Ihnen unermeßlichen Vorteil bringt!“

Ich will hier noch ein paar falsch gestellte Weichen aufzeigen und sie gleichzeitig richtig stellen.

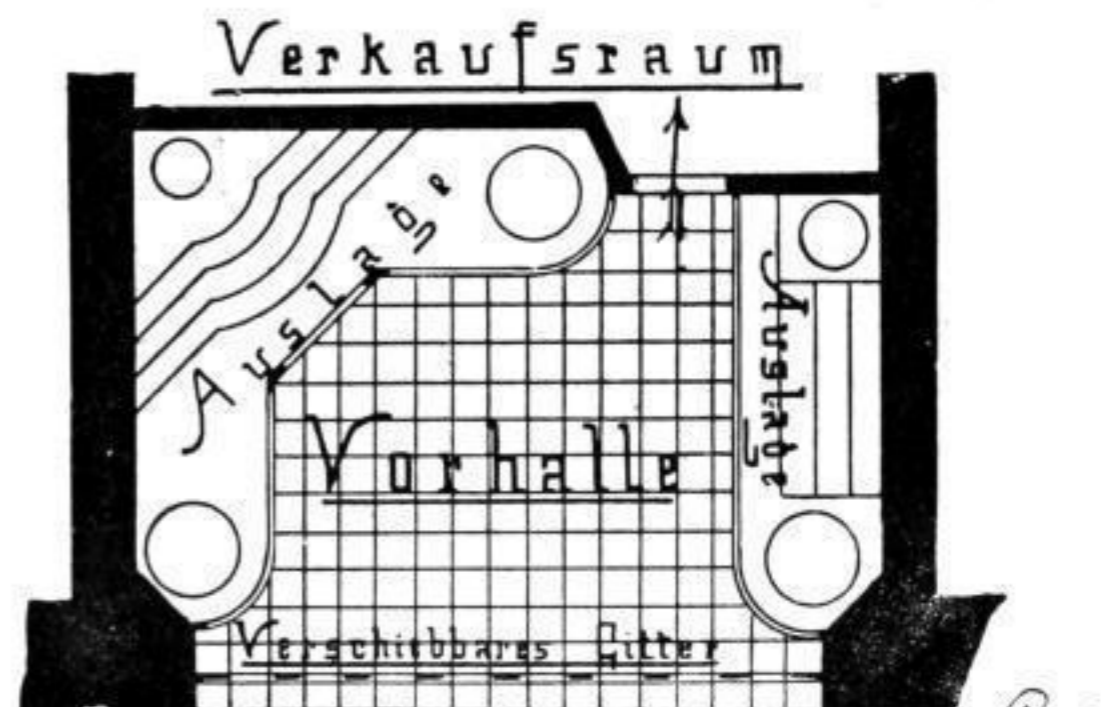
- Falsch: „Guten Tag, Herr Huber, Sie haben heute wohl keinen Auftrag für mich?“
 Richtig: „Herr Huber, heute hoffe ich bestimmt, ein gutes Geschäft mit Ihnen zu machen!“
 Falsch: „Dieses Metall rostet nur, wenn es ganz und gar vernachlässigt wird.“
 Richtig: „Dieses Metall bleibt bei leidlicher Behandlung dauernd blank.“
 Falsch: „Solches Gewebe reißt erst nach langer Zeit.“
 Richtig: „Solches Gewebe ist enorm haltbar.“
 Falsch: „Diese Form wird eigentlich nie unmodern.“
 Richtig: „Diese Form bleibt immer modern.“
 Falsch: „Den Kauf des Apparates hat noch niemand bereut.“
 Richtig: „An dem Apparat hat jeder Käufer dauernde Freude.“

Uebere die Anordnung der Auslagen bei Schaufenstern mit Vorhallen

In diesen Blättern habe ich schon einmal Anleitung gegeben, wie man wohl am besten die Auslagen eines Schaufensters anordnet, um die einzelnen Gegenstände dem Auge des Vorübergehenden so recht wirksam vorzuführen.

Dabei empfahl ich es, im Schaufenster besondere, stufenförmige Ein- und Aufbauten anzubringen, weil dies ein Mittel ist, die stets doch recht mannigfaltigen Gegenstände in sich zu vereinen und so besondere Gruppen ähnlicher Gegenstände zu bilden.

Hierbei hatte ich immer nur ein einzelnes Fenster im Auge, indem ich es dem Ladeninhaber überließ, bei mehrfach vorhandenen Fenstern die von ihm auszulegenden Gegenstände je nach deren Zahl voneinander fensterweise zu trennen.



Nun führt sich aber mehr und mehr eine Art von Schauläden ein, wie ich sie seit Jahrzehnten dringend empfehle; nämlich diejenige Art, die mit einer Vorhalle versehen wird. Solche Vorhalle wird dem eigentlichen Laden vorgelegt und ist vom Bürgersteig aus ohne Tür offen zugänglich, so daß der Straßengänger, ohne noch den Laden selbst zu betreten, die Gegenstände der Auslage in aller Muße vorher betrachten kann.

In welcher Weise man in solcher Vorhalle auf praktische Weise die Schaufenster anordnet, ist in beigefügter Abbildung dargestellt, die ohne weiteres verständlich sein dürfte. Zu beachten ist dabei noch im besonderen folgendes: Man muß dafür Sorge tragen, daß alle größeren Gegenstände, die man gut beachtet zu sehen wünscht, einen besonders vorteilhaften Platz erhalten. Um sie herum gruppiert man dann die kleineren. (Die ersteren sind in der Abbildung durch Kreise angedeutet.)

Bei solcher Anordnung ist es von großer Bedeutung, als Spiegelglas nur das allerbeste seiner Art, Kristallspiegelglas, zu verwenden, weil sonst bei der erheblichen Tiefe der Vorhalle das Tageslicht nicht in voller Stärke auf die ausgelegten Gegenstände fällt.

Franz Woas, Regierungs-Baumeister (Wiesbaden).