

Uhrgläser wurden im Februar 1928 7 (27) dz = 8000 Reichsmark, in den zwei ersten Monaten 1928 50 (60) dz = 41000 RM., darunter 36 dz (im Februar 1928 1 dz) aus

dem Elsaß importiert und 19 (24) dz = 12000 RM. im Februar 1928 und 34 (41) dz = 20000 RM. im Januar und Februar 1928 zusammen exportiert. I/380

Zwölf Winke für den reisenden Kaufmann

(Fortsetzung)

Von Herbert N. Casson (London)

Copyright 1927 by Ernst Angel Verlag, Charlottenburg 9.

Der siebente Wink: Decken Sie Ihre Firma!

Es bedarf keiner Erwähnung, daß ein Handlungsreisender seine Firma niemals herabsetzen darf. Wenn er vor einem Kunden steht, muß sein Wahlspruch, wie der eines guten Patrioten, lauten:

Für meine Firma — durch dick und dünn!

Müssen Zugeständnisse gemacht, Entschuldigungen vorgebracht werden, dann sollen sie vom Verkaufsleiter, vom Büro, von der Firma direkt ausgehen. Ein Reisender muß freimütig zugeben, was er anständigerweise nicht ableugnen kann, aber er muß stets für seine Firma eintreten, wie ein Anwalt für seinen Klienten. Stehen Sie wie ein Felsen, wenn die Flut der Klagen auf Sie einströmt. Nehmen Sie keineswegs immer an, daß der Kunde im Recht ist. Nehmen Sie überhaupt nichts an, sagen Sie: „Ich werde das alles untersuchen lassen, und Sie können sich auf mein Haus verlassen; es wird dies alles in Ordnung bringen.“ Stimmen Sie dem Kunden niemals zu, wenn er Ihr Haus tadelt, wie es viele Reisende tun, um dem Kunden nach dem Munde zu reden. Wie oft sagen nicht Reisende: „Da haben wirs, daß ist nun das dritte Mal in dieser Woche, daß unsere Angestellten einen Fehler machen. Solche Strohköpfe!“

Das zu sagen, ist natürlich am bequemsten, wahrscheinlich entspricht es auch oft der Wahrheit, aber es ist keineswegs klug gesprochen. Ein Reisender soll wohl vom Standpunkt des Kunden aus reden, aber unter keinen Umständen gegen seine eigene Firma. Ein Reisender, der einen Tadel entgegennimmt, als stünde er an der Spitze der Firma, die er vertritt, ist in den Augen seines Kunden viel mehr wert, als einer, der sich den Angriffen auf sein Haus anschließt, um dem Kunden nicht zu widersprechen. Ob Sie nun bei einer Firma bleiben oder nicht, solange Sie von ihrem Gelde leben, müssen Sie ihr zur Seite stehen.

„Jeder ist sich selbst der nächste.“ — Ja, bis zu einem gewissen Grade. Die Frage aber ist: „Fördert man denn seine eigenen Interessen, wenn man seine Firma herabsetzt?“

Findet ein Reisender, daß seine Firma unehrlich oder unzuverlässig ist, dann ist es die beste Politik für ihn, seinen Posten aufzugeben und sich ein anderes Haus zu suchen, das verlässlicher arbeitet. Kein Reisender kann Gutes leisten, wenn er sich seiner Firma schämen muß. Ein Reisender ist es sich selbst schuldig, nur für ein Haus zu arbeiten, dem er vertrauen kann und das er achtet.

Auch die besten Firmen machen manchmal Fehler, sie senden falsche Ware aus oder eine irriige Rechnung oder etwas Ähnliches. Schreibfehler kommen vor, Irrtümer entstehen durch die mangelnde Sorgfalt eines neuen Angestellten. Ist so etwas geschehen, dann muß der Reisende für seine Firma eintreten und versprechen, daß jeder Fehler richtiggestellt werden wird.

Es ist niemals ein Zeichen schlechten Geschmacks, wenn der Reisende seine Firma lobt. Einen Fußballspieler wird niemand des Egoismus zeihen, wenn er seine Mannschaft preist. Der Geist des Zusammenspiels — das Gemeinschaftsgefühl — ist ein gewaltiger Faktor auch für den Erfolg einer Firma.

Der Reisende, der seine Firma grundlos verläßt, um

zur Konkurrenz überzugehen, und der seine Kunden mit sich nimmt oder wenigstens versucht, wird von niemanden, nicht einmal von der übernehmenden Firma geachtet.

Die Regeln des „fair play“ und des anständigen Benehmens gelten im Geschäft nicht weniger als beim Sport. Wer sie bricht, muß auf die Dauer darunter leiden. Der „Goodwill“ (Guter Ruf), das ist die Hauptsache. Er gilt mehr als Geld, denn er ist die Grundlage des Kredites. Der Reisende, der hilft, den „Goodwill“ seiner Firma aufzubauen, wird auch alsbald seinen eigenen „Goodwill“ schaffen. An jedem Tage seines Lebens vermehrt — oder vermindert — der Reisende den „Goodwill“ seiner Firma. Er fügt den bisherigen Akliven seiner Firma neue hinzu, oder vermindert die alte durch seine äußere Erscheinung, seine Methoden, seine Art zu reden. So unbequem dieser Gedanke sein mag — es ist doch gut, sich ständig seiner zu erinnern.

Der Reisende, der stolz erklärt, „Ich vertrete die beste Firma der Welt“, schadet sich damit keinesfalls, und niemand wird ihn für einen Prahler halten.

Es ist ja nicht immer leicht, sich so zu äußern, besonders wenn man einen langen Brief von dem Verkaufsleiter erhalten hat, der von Tadeln und Vorwürfen strotzt. Aber der Reisende, der seine Loyalität trotz kalter Wasserstrahlen in Rotglut erhalten kann, wird für sich und seine Firma Gutes wirken.

Der „Goodwill“ muß immer an erster Stelle stehen. Niemals sollte ein Verkäufer auf Kosten des „Goodwill“ einen Abschluß tätigen: das übersieht so manche Firma, die ein überfülltes, totes Warenlager gern los sein will.

Ein Reisender ist wirklich viel mehr als ein bloßer Verkäufer. Er ist in Wahrheit ein Repräsentant, ein Bevollmächtigter, ein Handelsgesandter. Die deutsche Sprache hat kein Wort, um ihn richtig zu definieren. Er verkauft nicht nur Waren, er baut den Ruf seiner Firma auf. Er ist alles andere eher als ein Hausierer, der von Tür zu Tür geht, der keine bestimmte Firma vertritt und der nur das eine Ziel vor Augen hat, seine Ware irgendwie loszuschlagen.

Ein Reisender aber ist der bewußte Vertreter seines Hauses. Steht er vor einem Kunden, dann ist sein Haus für das, was er spricht oder tut, verantwortlich. Das Haus ist der Körper und er eines seiner Glieder. Er ist kein Mißling, kein Bote, kein Musterträger.

Ich bin Braun & Schmidt kann er mit voller Berechtigung sagen. Kein anderes Mitglied der Firma ist in der gleichen Lage wie ein Reisender. Denn der wird nicht dauernd überwacht wie ein Vorarbeiter oder ein Ladengehilfe.

