Sorgen Sie auch dafür, daß Ihnen jetzt nicht die unbedingt notwendigen Geschäftsformulare ausgehen, denn auch die Druckereien sind in dieser Zeit sehr stark in Anspruch genommen und deshalb nicht in der Lage, jede Bestellung sofort prompt zu liefern. Es wäre doch sehr unangenehm, wenn wir nicht einmal Rechnungen ausschreiben könnten! Stets müssen wir auch darauf bedacht sein, daß wir in unserer Kasse das nötige Wechselgeld haben, denn wir können uns nicht den Luxus leisten, zu oft nach der Bank einen Boten zu schicken, der nur einen Schein wechseln soll. Die Kundschaft ist dadurch gezwungen, unnötigerweise im Laden zu warten, und wird dadurch sehr leicht verärgert. Nicht zu empfehlen ist es, zunächst erst einmal zu versuchen, ob nicht der nächste Einzelhändler das Geld wechseln kann, da es uns sehr leicht passieren kann, daß dieser dazu nicht in der Lage ist und wir so den Weg umsonst gemacht haben. Bei der Bank dagegen haben wir immer die Gewißheit, daß das Geld, so wie wir es wünschen, gewechselt wird.

Früher Dauersparer, jetzt Zwecksparer

In der guten alten Zeit, als wir noch von einer Inflation nichts wußten, versuchte jeder, etwas mehr oder weniger auf die hohe Kante zu legen, damit er einen ruhigen Lebensabend verleben konnte. Heute ist es anders geworden, denn der größte Teil der Spargelder wird zunächst einmal für größere Einkäufe verwandt, die jeder nötig hat. Wohl hat sich in den letzten Jahren das Abzahlungsgeschäft immer mehr breit gemacht und besonders bei dem Einkauf von Möbeln und Standuhren ist es eigentlich gang und gäbe geworden. Weniger trifft es aber auf bessere Taschenuhren und Schmuckgegenstände zu, da ja dies keine reinen Gebrauchsgegenstände im direkten Sinne sind, sondern schon teilweise zu den Luxusgegenständen zu zählen sind, die erst gekauft werden, wenn das kaufende Publikum über die nötigen Barmittel verfügt. Hier müssen wir den Hebel einsetzen und dafür sorgen, daß die gute Qualitätsware wieder zur richtigen Geltung kommt. In dieser Hinsicht ist das Warenhaus Karstadt nun zwar etwas sehr weit gegangen, indem es eine Kundensparkasse einrichtete und die eingezahlten Gelder sehr hoch verzinst. Der Gedanke, dadurch das Publikum zu erziehen, erst dann zu kaufen, wenn es über die nötigen Barmittel verfügt, ist an und für sich sehr gut. Solche Sparkassen können wir nun natürlich nicht ins Leben rufen, aber ähnliches können auch wir vor den Feiertagen in etwas abgeänderter Form leicht machen, wenn wir sagen, daß wir die Ware schon bei einer geringen Anzahlung bis zum Fest zurückstellen. Wir schlagen bei dieser Gelegenheit gleich zwei Fliegen mit einer Klappe, das Publikum wird dadurch erzogen, seinen Kauf schon einige Wochen vor Weihnachten zu tätigen, und auf der anderen Seite haben wir noch längere Zeit schon bereits verkaufte Ware auf unserem Lager als Muster stehen. Sehr vorsichtig müssen wir allerdings mit einem nochmaligen Verkauf desselben Stückes sein, da wir ja nicht die Gewißheit haben, ob wir den Ersatz rechtzeitig wieder heran bekommen.

Unser Schlager: Geschenkartikel!

Wir haben auf unserem Lager noch so viele nette Kleinigkeiten, für die wir nicht gut eine große Reklametätigkeit entfalten können, sondern die wir nur unter einem allgemeinen Schlagwort propagieren können. Hierzu rechne ich silberne Bleistifte, Manschettenknöpfe, silberne Taschenmesser und Zigarrenabschneider, Puderdosen und Kämme und was sonst noch alles zu einem Herrn oder einer Dame gehört. Es empfiehlt sich, gerade auf diese Kleinigkeiten die Käufer ganz besonders aufmerksam zu machen, denn oft werden wir es erleben, daß dann der eine oder andere noch etwas mitnimmt. Aus diesem Grunde müssen wir gerade immer in der Weihnachtszeit etwas davon im Schaufenster haben, damit wir zunächst einmal dadurch erreichen, daß die Vorbeigehenden darauf aufmerksam werden. Aber auch wenn der Kunde in unserem Laden schon etwas anderes gekauft hat, so muß er bei der Bezahlung der Ware nochmals auf diese Geschenkartikel aufmerksam gemacht werden. Dies kann nun in mündlicher Form geschehen oder aber wir richten es so ein, daß er unwillkürlich beim Bezahlen diese Sachen sehen muß, da sie direkt bei der Kasse aufgebaut sind. Vorbedingung dafür ist, daß durch sauber ausgeschriebene Preiszettel der Kunde sofort sehen kann, was die einzelnen Sachen kosten.

Die Garnitur als Geschenkidee!

Hat sich nun erst einmal ein Kunde zum Ankauf von so einer Kleinigkeit entschlossen, so können wir ihn noch mit Leichtigkeit veranlassen, gleich eine ganze Garnitur, die natürlich in jeder Beziehung übereinstimmen muß, zu kaufen. Wird ein silberner Bleistift gekauft, so empfehlen wir den dazugehörigen Zigarrenabschneider und das Messer. Bei Damenhandtaschen müssen wir gleichzeitig die dazugehörige Geldbörse, Puderdose und Lippenstift versuchen mitzuverkaufen. Diese Zusammenstellung läßt sich natürlich in jeder Weise noch erweitern und richtet sich ganz nach dem vorhandenen Lager.

Machen Sie Ihren Kunden Geschenkvorschläge!

Die meisten Menschen sind nun einmal so veranlagt, daß sie oft einen Laden betreten, ohne zunächst zu wissen, was sie eigentlich kaufen wollen. In vielen Fällen verlassen sie sich darauf, daß die Geschenkidee sich bei ihnen im Anblick der Ware einstellt, oder daß ihnen von den Verkäufern Vorschläge gemacht werden. Beim Weihnachtsgeschäft müssen wir diesem Umstande Rechnung tragen und zu ergründen suchen, ob der Kunde etwas Bestimmtes kaufen will, oder ob er unsere Vorschläge erwartet. Wir müssen uns dann hüten, ihm nur einen Vorschlag zu machen und ihm dessen Güte immer wieder zu erzählen, denn sonst können wir es sehr leicht erleben, daß, weil ihm diese Warenart nun einmal nicht zusagt, er den Laden wieder verläßt, ohne etwas gekauft zu haben. Lassen Sie den Kunden dann ruhig die ausgestellte Ware betrachten, oder noch besser, legen Sie ihm verschiedene Sachen vor, so werden Sie beide zu einem Ziele kommen. Grundbedingung ist bei Geschenkvorschlägen natürlich, daß wir genau wissen, was wir als Geschenk empfehlen können. Wer mehrere Verkaufskräfte beschäftigt, der stellt sich am besten einen Plan zusammen, was für Kinder, die Frau oder den Mann in Frage kommt, damit alle Verkäufer darüber unterrichtet sind, und so nur wirklich brauchbare Vorschläge gemacht werden.

Können wir etwas zugeben?

Ich meine hier nicht die so beliebten Reklamekalender oder auch Taschenspiegel, die wohl bei unseren Geschäften am üblichsten sind, sondern richtige, handelsübliche Ware. Diese Frage ist unbedingt zu bejahen, sobald es sich um Ware handelt, die wir ständig als Handelsartikel führen und es sich nicht um fachfremde Artikel, wie z. B. Uhren und Bestecke als Zugabe für den Einkauf bei Margarine und Stiefelwichse, handelt. Zugaben erfreuen sich nun einmal einer großen Beliebtheit beim Publikum und keiner wird wohl etwas dagegen haben können, wenn wir beim Kauf einer Damenarmbanduhr einige verschiedene Brokat- oder Ripsbänder zugeben, damit sich die Empfängerin der Uhr diese nach ihrem eigenen Geschmack zurechtmachen kann. Bei diesen Zugaben muß es sich eben, wie schon dieses Beispiel

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19280100/958