

## Die Frau als Hilfe im Geschäft



Frau E. Griguscheit  
(Löben i. Ostpr.)

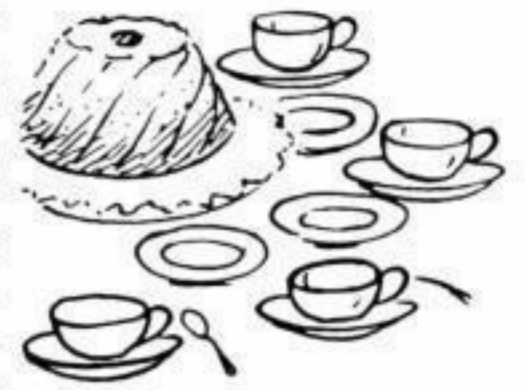
Es ist eine viel umstrittene Frage, ob der Uhrmacher oder seine Ehefrau für den Verkauf geeigneter ist. Sicher ist der Uhrmacher für den Verkauf von Uhren, die Uhrmacherfrau dagegen für den Verkauf von Schmuck und anderen Gegenständen geeigneter. Das Publikum läßt sich beim Uhrenkauf lieber vom Fachmann beraten, weil er auf jede Einzelheit der Uhr mehr eingehen und ihre Vorzüge besser hervorheben kann, wodurch er das Vertrauen des Kunden leichter gewinnt.

Anders bei Schmuck. Gern bedient sich da der Kunde des Rates einer Frau, weil sie über mehr Schönheitssinn verfügt und größeres Interesse an der Mode hat. Sie entscheidet auch leichter, welcher Ring für diese oder jene Hand paßt und welches Ohrgehänge mit der Hautfarbe oder der Gesichtsfarbe harmoniert. Diese Beurteilung spielt bei der kaufenden Frau eine große Rolle, jedoch ungleich wichtiger ist sie für den einkaufenden Herrn. Oft bringen sich deshalb Herren befreundete Damen mit, um sich beim Einkauf von Geschenken unterstützen zu lassen; selten ziehen sie dabei einen Mann zu Rate.

Die Uhrmacherfrau kann auch selber durch Tragen von modernem Schmuck werben, wenn er in Einklang mit der Kleidung gebracht wird. Leider begehen noch viele Kolleginnen den Fehler und tragen unmodernen Schmuck, teilweise sogar Konfirmationsgeschenke und andere Andenken, die eben lediglich Wert als solche haben. Wir können unmöglich vom Kunden verlangen, daß er dadurch zum Kauf von modernem Schmuck angeregt wird.

Auch bei dem so viel belachten Kaffeekränzchen kann man werben, natürlich nicht dadurch, daß man da-

rüber spricht, was dieser oder jener Kunde gekauft hat. Das ist der größte Schaden, den man dem Geschäft zufügen kann. Bei einer Kaffeegesellschaft im eigenen Haushalt soll man den Tisch mit Gegenständen in Verbindung bringen, die man selber im Geschäft hat, auch wenn man sie dem Geschäft leihweise entnimmt. Es wirkt gewiß nicht kaufanregend, wenn man im Uhrmacher- oder Juwelierhaushalt einen häßlichen, alten Sahnetopf vorgesetzt bekommt, statt eines geschmackvollen Zucker- und Sahnesevices. Eine Uhrmacherfrau sollte es auch nie unterlassen, sich an Tafeldekorationen zu beteiligen, denn gerade bei dieser Werbung sind gute Käuferfolge zu verzeichnen.



Nun zum Schaufenster, unserem Hauptwerbemittel! Auch hierin kann eine Uhrmacherfrau in den meisten Fällen viel beitragen, weil sie viel mehr Sinn für Farbzusammenstellung hat. Unsere abwechslungslose Ware braucht an sich schon mehr Blickfang, dieser kann durch Farbenharmonie, öfter gewechselte, selbst angefertigte Einrichtung hervorgerufen werden. Die meisten Männer können sich von ihrer geliebten, fertig gekauften Einrichtung nicht trennen. Ihnen ist das ewige Umbauen unbequem, denn wie oft hört man, daß Männer z. B. beim großen Reinemachen aus dem Hause gehen, um der damit verbundenen Unruhe zu entgehen.

In einem Geschäft, in dem der Uhrmacher selbst mitarbeitet, soll die Frau bedienen, denn nichts ist dem Kunden unsympathischer, als daß er warten muß und dann mit mürrischem Gesicht über die Störung bedient wird. Die Arbeitsfreudigkeit des Uhrmachers wird durch diese ewigen Störungen erheblich beeinträchtigt, und er kann sich dann mit ganzem Herzen seiner Arbeit widmen. (1/49)

*Griguscheit*

## Kundenbehandlung, die Stärke der Geschäftsfrau.



Frau B. Klostermann  
(Ahlen)

Es gilt, unserer treuesten Freundin und Beraterin, der UHRMACHERKUNST, eine Bitte zu erfüllen.

Eigenlob wird nicht hoch bewertet, aber ich bin immer dabei, wenn „was los ist“.

So wollte man mich vor einiger Zeit für den Verkaufskursus in Hamm einnehmen. Viel zu spät, bereits zwei mitgemacht. Als Oktober 1926 der erste Aufruf erging, sagte ich mir: die Gelegenheit kommt sobald nicht wieder. Und leider hieß es einmal, daß ein weiterer Kursus wegen Überfluß an Teilnehmermangel abgesagt worden sei. Die Kollegen ahnen gar nicht,

wie schön es da ist, sonst würden sie sich nicht solange bedenken, wenn die Gelegenheit geboten wird.

Nicht allein gibt es recht viel zu lernen, auch wer sich vergnügen will, kommt auf seine Kosten. Tagsüber plagt

Herr Direktor König sich mit seinen Getreuen redlich ab, abends sorgt er dann für den nötigen Humor.

Nun aber will ich vom Geschäft spechen, das mir im Laufe der Zeit ans Herz gewachsen ist wie ein liebes Kind, das ebenso gehegt und gepflegt sein will, wenn es blühen, wachsen und gedeihen soll. Sind wir schon durch unsere Geduld den Aufgaben, die unser dort harren, nicht viel besser gewachsen als die Männer? Beim Kauf von Herrenuhren hört der Kunde ja lieber das Urteil vom Fachmann, aber im Schmuckwarengeschäft mit all den Kleinigkeiten und mancherlei Arbeiten, da sind wir am besten zu Hause. Wie lange wird da oft um einen kleinen Gegenstand gewählt. Das junge Mädchen möchte ja irgendwem damit gefallen, deshalb fällt der Entschluß so schwer. Der Mann bringt diese Geduld nicht auf. Da heißt es schon bald: „Ja, dies nehmen Sie nur, das steht Ihnen ganz gut“ oder „Das ist schon das Richtige für Sie.“ Am nächsten Tage machen wir dann das beliebte Umtauschgeschäft.

Dann die vielen Schleute, deren es gerade um diesen Artikel so viele gibt. Sowieso ist der Mann schon „eingeschnappt“, wenn er von der Arbeit aufstehen muß. Aber wie ärgert er sich erst, wenn die knapp bemessene