

weitere Ware herbeischafft oder sich einem anderen Kunden zuwendet, man läßt sie vielfach schon beim Betreten des Geschäftes viel zu lange allein, ohne zu befürchten, daß das eine oder andere erreichbare Stück schon hier bequem verschwinden kann. Hier müßte meiner Ansicht nach die ganze Einrichtung und Anlage des Geschäftes mehr schützen helfen. Obwohl der Kunde möglichst viel Ware sehen soll, darf er aber doch nichts erreichen können, während andererseits der Verkäufer von seinem Platz aus, ohne sich weit entfernen oder sich umwenden zu müssen, die laufende Ware zur Hand haben kann. Was nicht unmittelbar sichtbar in Schaukästen ausgestellt ist, kann bei der Kleinheit unserer Ware in flachen Schubfächern so untergebracht sein, daß eine genügend große Auswahl in allernächster Nähe zur Verfügung steht.

Ein gewandter und vorsichtiger Verkäufer wird auch stets darauf bedacht sein, während des Vorlegens schon die nicht gewünschte Ware wegzuräumen und sich durch einen kurzen Blick von ihrer Vollzähligkeit zu überzeugen. Dies ist aber nur dann möglich, wenn die Ware in ganz bestimmter Zahl und Anordnung aufgelegt ist. Der Käufer und noch viel mehr der unehrliche Kunde wird sofort merken, daß hier nur scheinbar Geld herumliegt, daß alles aber wohl geordnet und registriert ist, und er wird vielleicht den Mut zu einem Diebstahl verlieren, besonders wenn er mit Bedauern feststellen muß, daß der Verkäufer sich weder ablenken noch weglocken läßt, auch den Augen des Kunden weit weniger Aufmerksamkeit schenkt als den Händen!

Jeder Verkäufer muß sich doch darüber klar sein, daß die wenigen Minuten des Vorlegens nicht nur von einschneidender Bedeutung sind für den Kauf, sondern auch für die Sicherheit der Ware und des Verkäufers. Es spielt sich hier in verschiedener Hinsicht ein Kampf ab, der die äußerste Konzentration seitens des Verkäufers erfordert. Die Ware verläßt ihre sicheren Behälter und geht, zum Teil wenigstens, in die Hand des Kunden über, ohne Zweifel ein gefährlicher Augenblick. Schon diese Überlegung sollte den Verkäufer veranlassen, möglichst sparsam im Vorlegen von Ware zu sein, um so mehr, als ein Übermaß in dieser Hinsicht selbst bei einem völlig ehrlichen Kunden eine kaufmännische Sünde bedeutet, weil dadurch Verwirrung und Unentschlossenheit geschaffen werden, die leicht einen Kauf vereiteln können.

Der gewiegte Verkäufer wird gleich zu Beginn der Verkaufshandlung all seine Menschenkenntnis und sein psychologisches Vermögen zusammenfassen, um auf den ersten Anhieb die Wünsche des Kunden zu erforschen

und damit ohne weiteres das Vorlegen abkurzen. Er wird den Käufer dadurch mehr befriedigen, als wenn er ihn durch einen Wust von unpassenden Waren endlich doch zum Richtigen brachte. Schon nach den ersten Versuchen muß er mit feinem Gefühl festgestellt haben, welche Ware überhaupt nicht in Betracht kommt und welche Art dem Kunden besonders zusagt.

Mir selbst schwebt hier ein Verkäufer vor, den ich als mustergültig bezeichnen muß. Ich war schon einige Male in dem Geschäft und kaufte stets verschiedene Waren, also nicht vielleicht eine bestimmte Art, und mehrere Male schon geschah es, daß mir der Verkäufer nach einem kurz geäußerten Wunsch ein Stück vorlegte, das so völlig entsprach, daß die nachfolgende Viertelstunde weiteren Vorlegens als zwecklos bezeichnet werden konnte.

Allerdings muß jedes Geschäft auch mit unentschlossenen, mit launenhaften Kunden rechnen, die möglichst viel sehen wollen, auch mit „Schleuten“, die nur zu diesem Zwecke das Geschäft betreten; aber ich kann mir kaum vorstellen, daß es einem gewiegten Verkäufer entgehen sollte, wenn bei einem Kunden keinerlei ernste Kaufabsicht vorliegt. Hat er dies erkannt, dann halte ich es für dringend nötig, doppelt und dreifach vorsichtig zu sein, dem Kunden und vor allem der vorgelegten Ware die äußerste Aufmerksamkeit zu schenken und, wenn einigermaßen möglich, die Ware wegzuräumen oder mindestens so zu beschränken, daß nichts genommen werden kann. Wenn, wie es in der Notiz heißt, immer weitere Ware gefordert wurde, dann halte ich die ganze Verhandlung nach jeder Richtung für fruchtlos, wenn nicht gefährlich. Entweder weiß der Kunde nicht, was er will, oder er will überhaupt nicht kaufen, nur sehen, oder er will stehlen. Jedenfalls erscheint mir dann jedes weitere Bemühen des Verkäufers völlig zwecklos, und es ist wohl das Beste, die ganze Verhandlung in eleganter Weise zu einem raschen Ende zu führen, noch ehe der „Kunde“ seinen „Kauf“ abschließen konnte.

Der Käufer darf wohl merken, daß alles Entgegenkommen, das er vom Kaufmann erwarten darf, auch seine Grenzen hat, und er wird eine gewisse Zurückhaltung des Verkäufers kaum übelnehmen. Ist er ein unentschlossener Kunde, so kann ein derartiger Rückzug des Verkäufers viel eher Veranlassung sein, den Kaufwillen zu stärken und ist er ein Betrüger, so erblicke ich keinen Schaden darin, wenn wir mit ihm kein Geschäft machen, das den Verdienst von einigen redlichen Verkäufen verzehrt.

(I 437)

Steuerfragen

Bearbeitet von Dr. Hornung, Steuersyndikus des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher (Einheitsverband)

Einkommensteuerveranlagung 1931

Für die Veranlagung 1931 zur Einkommen- und Körperschaftsteuer sind vom Reichsminister der Finanzen Richtlinien herausgegeben, aus denen hervorgeht, daß die Veranlagungen im großen und ganzen nach den alten Grundsätzen durchzuführen sind. Gewisse Abweichungen ergeben sich infolge Wegfalls der Kapitalertragsteuer vom 1. Januar 1931, ferner infolge der Bestimmungen der Notverordnung vom Dezember 1930.

Neu ist vor allem die zur Vereinfachung der Veranlagung eingeführte Änderung des Einkommensteuertarifs. Bei der Veranlagung kommen die in der nachstehenden Tabelle angegebenen Stufen in Betracht. Die

Stufen beruhen auf einer Auf- und Abrundung des Einkommens, die erheblich weiter geht als die bisherige Abrundung auf volle 10 % . Die Steuerstufen gelten für das Einkommen, das sich nach Abzug der Werbungskosten und Sonderleistungen sowie des steuerfreien Einkommensteils ergibt. (siehe umstehende Tabelle)

Kleine Anzeigen, Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**