

und wir weisen es entschieden zurück. Die moderne Frau des guten Fachgeschäftes erblickt in ihrem Beruf eine besonders vornehme Aufgabe darin, den Geschmack der Allgemeinheit zu heben, indem sie die Harmonie zwischen Persönlichkeit und Schmuck abwägt und so der Trägerin



Freude an schönen Perlen

durch ein passendes Schmuckstück die Bewunderung der Umwelt sicherl, sie für sich gewinnt und dadurch weiterer Empfehlung gewiß ist.

Nun die Persönlichkeit der modernen Geschäftsfrau! Es ist etwas Eigenartiges, das jede Frau wohl an sich selbst schon empfunden hat: Neue moderne Kleider, gepaart mit

modernem Schmuck, befreien, machen den Geist leicht; man fühlt sich in ihnen sicherer, selbstbewußter. Darum sollte die Frau der Schmuckbranche niemals alte, unmoderne Kleidung tragen und beileibe nicht unmodernen Schmuck. Nicht einmal die Schlange kriecht in ihre alte Haut zurück. Die Natur trägt keine alten Kleider. Es ist eine verkehrte Sparsamkeit, zu sagen, dazu reicht es nicht, die Zeiten sind zu schlecht. Was das Auge freut, erfrischt den Geist, und was den Geist erfrischt, belebt den Körper. Mit erfrischem Geist und Körper seiner Kundschaft beratend gegenüberstehen, Vorzüge hervorheben, Bemängelungen geschickt ausgleichen, das alles ist dann viel leichter, als mit schlaffem, müdem Geist und Körper Anstrengungen machen zu müssen, die meistens keinen Erfolg zeitigen. Eine gepflegte, gut angezogene Frau jeglichen Alters erfreut immer das Auge. Dabei denke man keinesfalls an eine Modepuppe, die sich nur ja nicht die Finger am Poliertuch schmutzig machen darf.

Wie angenehm und wohltuend empfindet man es, wenn man selbst als wählerischer, noch unentschlossener Käufer in ein Geschäft tritt, dort eine Persönlichkeit findet, die in freundlich verstehender Weise sich unserer Wünsche annimmt und uns nicht selten dadurch zu Dauerkunden gewinnt. Jedoch wie empört man sich innerlich, gar manchmal auch äußerlich, wenn wir durch Gleichgültigkeit, Oberflächlichkeit, offensichtliche Unlust der Verkäufer unserer Kauffreude beraubt, zu einer schärferen Sprache herausgefordert werden, worauf wir dann auf Nimmerwiedersehen verschwinden. Gar viel, unendlich viel könnte man da lernen und großen, sehr großen Nutzen daraus ziehen.

Ein Besuch vor einigen Tagen in der Schmuckbranche und Uhrenabteilung eines großen Warenhauses zeigte mir die Unerfahrenheit und mangelnden Branchekennnisse der Verkäuferin. Es war eine Genugtuung, zu sehen, wie die minderwertige billige Ware in den Vordergrund gestellt wurde und daß die wenigen geschmackvollen, besseren Qualitäten sich bei weitem nicht mit denen des guten Fachgeschäftes messen konnten. Und doch gab es Käufer dort. Ob die mit ihrem einen Kauf das Lehrgeld zahlten?

Da ist die persönliche freundliche Bedienung im Fachgeschäft für uns alle eine so große Chance, die unseren Kolleginnen nie warm genug an das Herz gelegt werden kann und die von allen mit rechter Kraft ausgenutzt werden sollte, nicht allein zum Vorteil des einen Geschäftes, sondern auch zum Nutzen der Allgemeinheit unserer Branche. (I.665)

Schmuckeinkauf und Verkauf — Die wichtigste Aufgabe der Geschäftsfrau

Von Frau Werner Linn

Wir müssen uns auf billigeren Schmuck einstellen, der jedoch vornehm wirkt, und darin der Kundschaft reichhaltige Auswahl vorlegen können, in der möglichst viele Geschmacksrichtungen, und sagen wir sogar Modelaunen, Befriedigung finden. In der großen Kunst, unsere Vorräte zusammenzustellen und zu ergänzen, müssen wir Uhrmacherfrauen uns viel mehr üben durch scharfes Beobachten, durch zwanglose Aussprache mit Kundinnen und Nichtkundinnen aus dem Bereich unseres Geschäftes. Dasselbe gilt für den besseren Schmuck. Auch da müssen wir den Kundinnen und Kunden, die in der Jetztzeit noch den gesunden Sinn für „Gediegenes“, „Deftiges“, „Nicht von Modelaune Abhängiges“ bewahrt haben, etwas bieten.

Auch der Verkehr mit sogenannten „Prominenten der Mode“ kann uns beim Verfolgen des Modeverlaufs helfen.

Wir müssen scharf beobachtend hinter die Kulissen des öffentlichen Lebens zu schauen versuchen und unser Auge und unseren Geschmack so üben und bilden, daß wir schnell imstande sind, hervorstechende, edle Neuschöpfungen von flüchtigen Modeirrunge zu unterscheiden.

Der Schmuckeinkauf muß uns und unseren Grossisten Vertrauenssache im besten Sinne des Wortes sein. Kann eine Lieferfirma das für mich Zweckmäßigste nicht in meinem Sinne liefern, so gehe ich zur zweiten und dritten. Wir Geschäftsfrauen müssen da eine eigene, sehr feste, auf Erfahrung beruhende Meinung durchsetzen, wenn nötig, auch gegen die allgewaltige Ansicht unserer Herren Ehegatten und gegen die schönen Reden des Herrn Vertreters. „Was bieten Sie Neues?“ soll unsere Kernfrage beim Einkauf sein.