



So bietet man richtig Bestecke an

Es ist, daß genügend Löffel, Gabeln und Messer vorhanden sind (solche stammen dann oftmals noch aus dem urgroßväterlichen Haushalt) oder schon von anderer Seite geschenkt wurden. Der Fachmann wird dann klarzumachen versuchen, daß der Begriff „Bestecke“ nicht mit Löffeln, Gabeln, Messern erschöpft ist, sondern daß eine vollständige Ausstattung vom großen Suppenvorlegelöffel runter bis zum kleinen Salzlöffel aus 150 Teilen besteht. Er wird also versuchen, das Interesse des Kunden, ihm die schwierige Aufgabe des Schenkers zugefallen, auf solche Besteckartikel zu lenken, die nicht mit dem vorhandenen Tafelbesteck kollidieren. Welche Freude kann man mit einem geschmackvollen Gebäckheber bereiten, der etwa mit sonstigen Kleinigkeiten, wie Kuchenvorlegabeln, Gebäckzangen, Pastetenhebern und wie alle die Teile heißen, für die jeder Haushalt fähig Verwendung findet. Es gibt heute hierin viel moderne und künstlerisch schwebende Muster, die jeden Beschenkten sicherlich freuen.

Warum soll nun der Fachmann möglichst Besteckartikel anpreisen, wenn gerade keine besonderen anderweitigen Wünsche vorliegen? Weil er sich hierdurch neue Kunden erwerben kann! In vielen Fällen wird der Beschenkte den Wunsch haben, das Besteckteil nach dieser oder jener Richtung hin weiter auszubauen. Was liegt wohl näher, hat man einen Torten- oder Gebäckheber geschenkt bekommen, als bei nächster Gelegenheit Kuchengabeln oder Mokkalöffel hinzu zu kaufen oder sich zu einem nächsten Anlaß zu wünschen, um sich dadurch ein einheitliches Kaffee- oder Teegedeck zuzulegen? Viele Möglichkeiten gibt es hier, und mancher Fachmann wird mir recht darin geben, daß unbedingt eine Chance für den Verkäufer darin liegt. Er muß daher in unauffälliger Weise für einen Ausbau des geschenkten Artikels werben. Dieses geschieht zweckmäßig dadurch, daß er das Kärtchen mit Namen, Nummer und Marke des Musters und möglichst auch mit seinem eigenen Firmenaufdruck dem Käufer zu dem Artikel in das Paket legt (siehe Abbildung). Das



Kärtchen trägt außer diesen Bezeichnungen noch den Vermerk, daß alle Teile in diesem Muster jederzeit nachgeliefert werden können. Hier bietet sich Gelegenheit zu einer Kundenwerbung von hoher Bedeutung.

„Lieber Fachmann!“ Versuchen Sie einmal, nach meinem Vorschlag zu arbeiten. Ich bin sicher, daß Käufer und Beschenkte es Ihnen durch treue Anhänglichkeit an Ihre Firma danken werden. (I/832)

Was kann den Verkauf von Uhren als Geschenk fördern?

von E. Rautenberg

Wir alle wissen: Aufmachung ist alles. Man ißt nicht nur mit den Augen, sondern man kauft auch mit den Ohren. Ebenso wenig wie das beste Essen nicht gut schmecken kann, wenn man es mit verbundenen Augen essen würde, also die gute Aufmachung, die schön gedeckte Tafel, die feine Garnierung nicht sehen würde, kauft man nicht nur nach den Qualitätsbeteuerungen des Verkäufers.

Die Eindrücke, die durch das Auge vermittelt werden, sind in den meisten Fällen ausschlaggebend. In vielen Fällen können wir als Laie nicht einmal die Qualität einer Ware beurteilen. Bei den Gegenständen, die als Geschenke gekauft werden sollen, ist das besonders wichtig. Hier entscheidet sehr oft die Aufmachung. Fast die meisten haben den Wunsch, daß das Geschenk möglichst mehr wertvoll ist, als es wirklich kostet. Zum mindesten aber soll durch gute Aufmachung der Wert des Geschenkes unterstrichen werden.

Hier spielt die Verpackung eine große Rolle. Ich erinnere an die sehr guten Packungen von Parfüm und Zigaretten. Ebenso benötigen Pralinen, um einen gesteigerten Verkauf zu erzielen, eine vornehme Packung. Solche Artikel

würden viel weniger als Geschenke gekauft werden, wenn sie nicht schon durch die vornehme Packung sich besonders gut dazu eignen würden. Wenn ein Käufer in ein Geschäft tritt, um Pralinen zu kaufen, so wird in den

4. Geschenk-Vorschlag

Der erfahrene Chef schenkt

seinen Angestellten:

Ein gutes Buch über Verkaufsmethoden. Z. B. „Hinter dem Ladentisch“, mit vielen Abbildungen, RM 0,70; „Verkaufen und Organisieren“, 160 Seiten stark, RM 4,30; „Schaufenster und Reklame“ RM 1,—. Zu beziehen durch den Zentralverband der Deutschen Uhrmacher, Halle (S.), Königstr. 84.