

Die Vorführungswand

Ein praktischer Vorschlag zum besseren Anbieten von Großuhren von H. W. Tümena. Zeichnungen von E. Raufenberg

In der Verkaufshandlung ist das Angebot der Ware wohl der wichtigste Abschnitt. Von einem wirkungsvollen Warenangebot hängt in hohem Maße der Verkaufserfolg ab. Das Warenangebot muß, wenn es wirkungsvoll sein soll, so geschehen, daß die Ware kostbar, wertvoll, gewissermaßen in ihrem besten Licht erscheint und daß der Kunde zugleich einen Begriff von der späteren Verwendung bei ihm erhält. In allen Branchen wird daher beim Kapitel Verkaufskunde immer wieder gepredigt, daß man die angebotene Ware nicht lieblos auf den Ladentisch „werfen“ und daß man sie auch nicht in Massen dem Kunden präsentieren soll, sondern sie einzeln Stück für Stück so zeigen soll, wie sie im Gebrauch des Kunden Verwendung findet.

Der kluge Porzellanhändler z. B. wird seiner Kundin die angebotenen Gedecke auf einem besonderen Tisch „decken“. Der Konfektionär wird ohne Anprobe keinen Anzug, kein Kleid anbieten, der Herrenartikelverkäufer wird in die Krawatte schnell einen Knoten machen — der kluge Uhrmacher wird die Armbanduhr seinem

gebot dieser Uhren keine einen besonders nachhaltigen Eindruck auf den Kunden machen kann und daß infolge der Menge der gezeigten Waren auch keine als besonders kostbar hervortritt. Mit den anderen erwähnten Großuhren ist es ganz ähnlich.

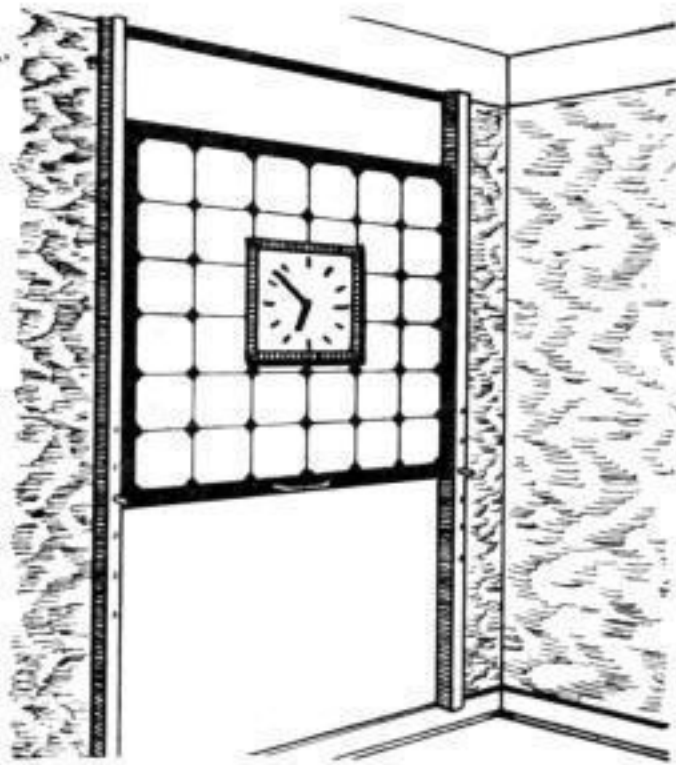


Abb. 1. Die Vorführungswand gestattet ein wirkungsvolles Anbieten der einzelnen Uhr

Kunden um den Arm legen, den Ring behutsam vorführen, indem er ihn emporhebt und ihn dem Kunden aufsetzt —, kurzum, jeder gute Verkäufer wird die eingangs aufgestellten Regeln in der Praxis beachten.

Es gibt allerdings Artikel, bei denen das Einzel- und Verwendungsangebot schwierig erscheint. Hierzu gehören in unserer Branche in erster Linie die Großuhren. Freilich mag es ideal erscheinen, Tischuhren z. B. auf einem Buffet zu zeigen, Wanduhren in einem passenden Zimmer bei der Vorführung aufzuhängen, Hausuhren in einer dargestellten Ecke oder auf einer angedeuteten Diele zu dekorieren — aber wer könnte soviel Raum allein für diesen Zweck zur Verfügung stellen? Der Uhrenladen reicht ja gerade eben aus, um alle die verschiedenen Waren, die geführt werden müssen, unterzubringen, so daß man andere Möglichkeiten ersinnen muß, um dennoch zu einem wirkungsvollen Angebot von Großuhren zu kommen.

Wir müssen uns darüber klar sein, daß das bisherige Angebot von Großuhren, insbesondere von Wanduhren, Tischuhren und Hausuhren, nicht ideal ist. Da hängen z. B. an der Wand viele Wanduhren untereinander und nebeneinander. Die Folge davon ist, daß beim An-

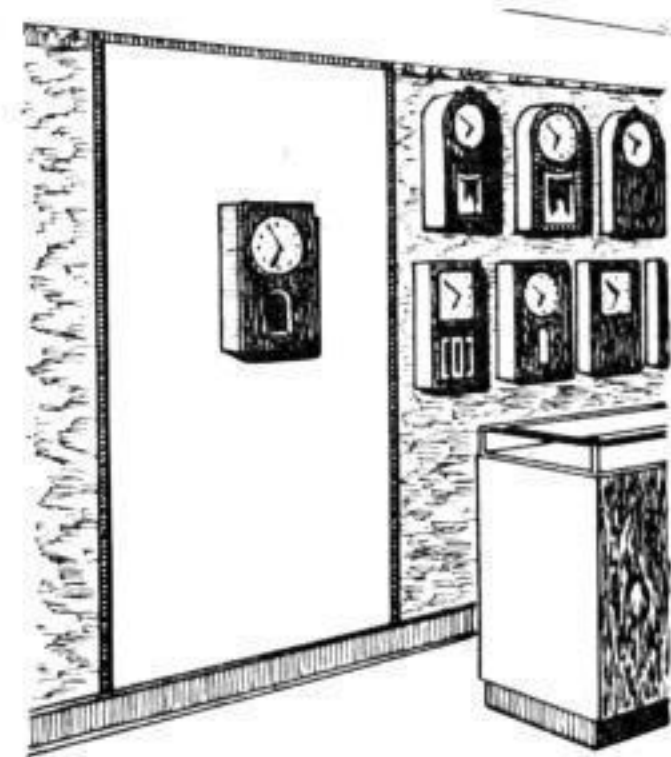


Abb. 2. Durch eine verschiebbare Tafel gewinnt man zwei verschiedenfarbige Vorführflächen

Unser Vorschlag geht nun dahin, im Laden eine freie Wandfläche von etwa 1,20 m Breite zu schaffen, die einzig und allein für das wirkungsvolle Angebot von Großuhren bestimmt ist. Auf dieser Wandfläche dürfen keine Uhren untergebracht werden, keine Reklameplakate

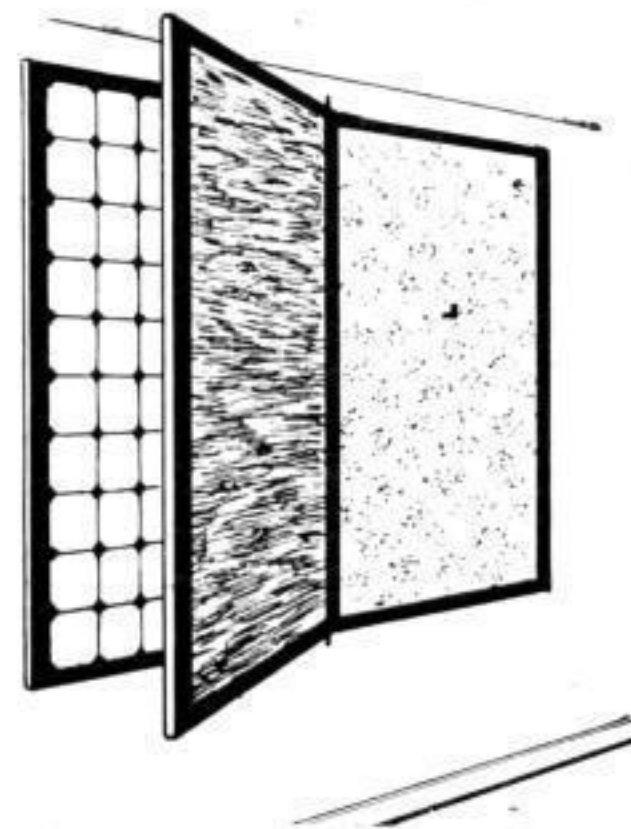


Abb. 3. Mit zwei festen und einer beweglichen Vorführfläche schafft man vier verschiedene Hintergründe für die verschiedenen Uhrenarten

dürfen dort zu sehen sein, sie unterscheidet sich von den anderen Wandflächen dadurch, daß sie mit einer besonders schönen Tapete tapeziert ist oder gar mit einem zweckmäßigen Stoff bespannt wird. Sie ist die Vorführungswand für Großuhren. Bei der Wahl der Farbe der Tapete oder des Stoffes ist zu beachten, daß man möglichst eine helle Farbe nimmt, da sehr viele Großuhren in dunklen Hölzern gearbeitet sind. Nimmt man einen hellen, fast in Hellgelb hinübergleitenden Beige- ton oder ein sehr helles Grün, so werden sowohl