

Markennamen sicher schon öfter gehört, und Sie werden auch wissen, daß dieser Name für tadellose Ware Bürgschaft ist“, so werden Sie ihn fesseln. Natürlich darf man die Verkaufstätigkeit nicht einfach auf diesen Satz beschränken, d. h. man darf als Verkäufer nicht in den Irrtum verfallen; daß man nur auf die Tatsache der Markenware hinzuweisen brauche und nun warten könne, bis der Kunde sagt: „Ja, die nehme ich!“, nein, auch jetzt bleibt noch allerhand anderes zu sagen, denn natürlich verkauft sich auch eine Markenware nicht von allein.

#### Eine amerikanische Untersuchung

An dieser Stelle dürfte auch das Ergebnis einer wissenschaftlichen Untersuchung interessieren, die vor nicht allzu langer Zeit in Amerika angestellt wurde und durch welche sich zeigte, daß es bei über 40% aller Verkäufe von Markenwaren an Männer möglich war, das Interesse des Kunden auf eine andere Marke als die verlangte zu lenken, wenn die verlangte nicht da war. Es ist dies ein Beweis dafür, in wie weitgehendem Maße der Einzelhändler Einfluß hat auf den Kaufentschluß des Herrn. Noch stärker wird das bestätigt durch die Tatsache dieser Untersuchung, daß man in vielen Fällen den Herrn dazu veranlassen konnte, sich eine Markenware zu kaufen, obwohl er zunächst an eine solche gar nicht gedacht hatte. Diese beiden Ergebnisse verdienen Beachtung. Vor allem natürlich ist bei solchen Ersatzkäufen daran zu denken, daß sie um so leichter zustandekommen werden, je stärker ein Markenname bekannt geworden ist, d. h. je öfter dieser Name ganz bewußt durch alle verfügbaren Werbemittel des Fabrikanten und Ladeninhabers herausgestellt wird.

#### Was sonst beim Verkauf zu beachten ist

Ganz gleich, ob der Herr nun eine Markenware verlangt oder nicht, immer ist anzuraten, ihn nach der Preislage zu befragen, die er sich gedacht hat. Männer nennen, wo es sich um Käufe für sie selbst handelt, ungenierter den Preis als beim Kauf von Geschenken. Sind Preis und Ware nun bekannt, so ist das Vorzeigen weniger Stücke, wie wir schon sagten, empfehlenswert. Aber man stelle nun die Ware nicht einfach auf den Ladentisch, um den Herrn sich selber zu überlassen, sondern gerade bei ihm beschreibe man, was zu sagen ist, kurz und präzise! Denn Männer sind nicht so schnell wie Frauen bereit, die Ware in die Hand zu nehmen und nach diesem und jenem zu fragen, man muß als verkaufter Teil vielmehr zuerst das Wort ergreifen.

Was der Herr dann aber zu sehen und beschrieben bekommt, wird ihm leicht verständlich werden, wenn es ihm in „seiner Sprache“ beschrieben wird. Das bedeutet: wo er für sich selber einkauft, will er vor allem die praktischen Vorzüge erwähnt hören, obwohl man nun nicht nach dem Grundsatz verfahren sollte, daß der Herr ein hundertprozentiger Mensch des praktischen Sinnes sei. Ach nein, auch er freut sich, wenn ihm eine Ware unter einem anderen Gesichtspunkt als bloß Praktischen geschildert wird, und daran hier zu erinnern, scheint mir sehr angebracht, da es allzu oft vergessen wird.

Höflichkeit beim Verkauf an Herren ist ebenso angebracht wie gegenüber weiblicher Kundschaft. Es mag sich aus der Geschlechterverschiedenheit erklären, daß die meisten Frauen sagen, sie ließen sich lieber von Herren bedienen, und daß die meisten Herren sich wohl bevorzugt von einer „jungen Dame“ bedienen lassen; die gegenseitige Koketterie, die auch am Ladentisch lebendig ist, bildet den Ursprung dafür. Dennoch muß auch von Mann zu Mann am Ladentisch unbedingt Höflichkeit herrschen. Der Herr, der die Auffassung vertritt, daß er am Ladentisch die Zeit einer Verkäuferin nicht länger als unbedingt nötig in Anspruch nehmen dürfe, überträgt diese Handlungsweise rein gefühlsmäßig auch auf den Verkehr mit Verkäufern; er darf dann aber auch auf der anderen Seite die Behandlung erwarten, die darauf als Antwort steht.

Der Herr kauft im allgemeinen für sich nur, was er dringend braucht, er kauft nur in seltenen Fällen, um zu kaufen, wie es so manche Frau es tut. Den Herrn interessieren bei den Dingen, die er benötigt, auch nicht allzu sehr die Veränderungen, d. h. modische Veränderungen, auf die eine Frau mit wachen Sinnen Aufmerksamkeit verwendet. Daraus aber folgt, daß man ihm ein Stück wird verkaufen können, wenn es auch nicht mehr „ganz modern“ ist, sobald er von sich aus dafür ein starkes Interesse zeigt. Das darf aber nun nicht zu der Annahme führen, daß der Herr als Kunde wenig sorgfältig kauft. Es kann wohl vielmehr ganz allgemein gesagt werden, daß der Herr vor seinem Kauf reichlich Erwägungen über die Zweckmäßigkeit und die Richtigkeit des Kaufes anstellt. Darüber läßt er sich gern im Schaufenster oder aber im Prospekt oder in der Anzeige beraten, während nun im Laden die Verarbeitung der Ware, die Haltbarkeit und die besondere Verwendungsmöglichkeit zu folgen hat.

Als typisch für den Verkauf an Herren können wir wohl auch noch erwähnen, daß sich der Herr auch gern abraten läßt, sobald er merkt, daß die verkaufende Person damit sein Bestes will. Man wird von ihm keinen schiefen Blick und keinen Widerspruch zu erwarten haben, vielmehr einen stillen Dank für das abratende Wort. Und das ist für manchen Verkauf wertvoll zu wissen, da sich auch hier Mann und Frau als Kunde wohl stark unterscheiden.

#### Die Weiterempfehlung

Als letztes dies: Ist der Herr gut bedient, so empfiehlt er auch gern das Geschäft weiter. Ohne großen Überschwang, aber ein solches Wort unter Männern gilt etwas. Und daher sollte ein jedes Ladengeschäft auch danach streben: sich einen Stamm von männlichen Kunden zu beschaffen, auf den es bauen kann, denn Männer sind unglaublich konservativ, wenn es sich um die Treue zu einem Lieferanten handelt. Wie die Frauen in solchen Fällen verfahren, das braucht wohl hier nicht noch im besonderen gesagt zu werden, obwohl wir die guten Ausnahmen unter ihnen keineswegs übersehen wollen.

(1/1247)

## *Wunderwort - Wunderding ist so leicht!*

*Uhrmachermeister Paul Malinowsky bekam eine schöne, alte „Holländerin“ zur Reparatur. Was daraus entstand, schreibt er nun selbst:*

Ein wahrhaft schönes Stück! Die vollständig handgearbeitete Uhr weicht durch Schlag und Figurenwerk von den üblichen Arten ab.

Der Schlag erfolgt mit einem Gewicht als Antrieb auf zwei Glocken. Bei voll die volle Stunde auf die große Glocke, ein Viertel ein Schlag auf die große Glocke, ein halb die kommende Stunde auf die kleine Glocke und drei Viertel ein Schlag auf die kleine Glocke.

Das Figurenwerk ist in dem oberen Zifferblatt-Halbkreis untergebracht. Er ist vertieft und wirkt so wie eine