



Für Sie, Frau Meisterin!

FOLGE 5

Der Blick in den Geldbeutel . . .

. . . er ist sehr wichtig für die Beratung der Kundin! Frau Stephanie Baudendistel läßt uns in ihrem Aufsatz einen Blick in den Schatz ihrer Erfahrungen tun!

„Konntest du denn nichts Besseres verkaufen?“ Ich glaube, wohl jeder Uhrmachers-Gattin ist diese Frage schon gestellt worden! Es geschieht meist, wenn das Geschäft ruhig ist. Ja, was im eigenen Geldbeutel ist, das weiß man. Der Geldbeutel des Kunden aber ist uns ein Geheimnis. Um das zu lüften, brauchen wir eine gute Menschen- und Warenkenntnis auf anderen Gebieten. Die Augen auf und mit der Zeit Schritt halten, das verbürgt uns den Erfolg. Doch dazu gehört Zeit und Gelegenheit.

Der Beruf des Uhrmachers nimmt bekanntlich den ganzen Menschen in Anspruch, wenn eine Höchstleistung erstrebt wird. Wir Uhrmacherfrauen dürfen deshalb nicht das gleiche Maß für uns beanspruchen wie es schließlich die Frau des Großkaufmannes oder die Beamtenfrau tut. Eines schickt sich nicht für alle. Wir können uns vom Geschäft nicht ohne die geringste Sorge frei machen. Ich denke jetzt hauptsächlich an die mittleren und kleineren Geschäfte, in welchen der Meister und die Frau Meisterin den ganzen Tag beschäftigt sind, d. h. wirklich selbst arbeiten. Liefert die Werkstätte eine so gute Arbeit, daß selten „Retourkutschen“ kommen, so arbeiten dort Menschen mit äußerster Konzentration. Muß der Meister von der Werkbank weg, so ist das eine Unterbrechung der Konzentration, die ihm körperlich wohl gut tun mag, der Sache aber wenig dienlich ist. Es wäre das gleiche für uns, wenn wir zwei Kunden gleichzeitig bedienten.

Wie begreiflich ist deshalb die Klage vieler Uhrmacher-gattinnen, daß der Meister sie im Hause wünscht, daß ihr keine oder wenig Freizeit bleibt. Genau so verständlich ist es, wenn er sagt: Wozu liest meine Frau eine Zeitschrift oder kauft ein feudales Modejournal, das nicht nur teuer ist, sondern auch unseren Verhältnissen nicht entspricht. So was ist für die oberen Zehntausend, für Menschen mit Geld und Zeit. Ich sitze an der Werkbank und schaue mir die Augen aus!

Es braucht kein Meister zu denken, daß ich versuchen will durch diese Plauderei seine Frau zu Ausgaben zu verführen, die er nicht für richtig hält. Gut wäre es jedoch, wenn auch er sich einmal überlegte, welche hohen Ansprüche an die Frau Meisterin gestellt werden, wie wenig Kraftquellen ihr zur Verfügung stehen. Ich halte eine gute Zeitschrift für eine große Hilfe, für eine nicht zu unterschätzende Kraftquelle für die Frauen, die nicht in der Großstadt leben und dennoch gezwungen sind, mit der Zeit zu gehen.

Irgendwoher muß auch diese Frau sich Anregung holen. Mag ihr Geist noch so schöpferisch sein, einmal gelangt auch sie an den „toten Punkt!“ Diesen toten Punkt erkennt man dann an den Schaufenstern, an der Kleidung, ja an der Tapete an der Wand. Vor allem bleibt ihre Verkaufstaktik — die sich wie die Mode ändert — nicht die richtige.

Ein sonst tüchtiger und intelligenter Uhrmachermeister sagte mir einmal, es wäre unsinnig, Wünsche und Verlangen zu erwecken, die nur Mißstimmung und Unzufriedenheit brächten. Ist die Frau Meisterin so abhängig von äußeren Einflüssen, dann kann sie für den Meister als ebenwertige Kameradin nicht gewertet werden. Es ist vorausgesetzt, daß wir bescheidene, innerlich ausgeglichene Frauen sind, wenn wir uns zu dem Handwerker entschließen, der die größte Präzisionsarbeit zu leisten hat und die meiste Ruhe braucht. Aber das Wissen um Welt und Ware müssen wir uns irgendwie beschaffen, wenn auch in aller Stille.

Es genügt nicht, daß man eine Zeitschrift nur eben durchblättert und schließlich noch den Roman liest. Nein, man sehe und lese mit Überlegung. Man muß auch nicht eine ganze Menge durchackern. Eine einzige, aber eine gute, das genügt für den Monat. Wer es braucht und brauchen kann, nehme noch eine ausländische dazu.

Nehmen wir aus der Menge der Zeitschriften einmal „Die elegante Welt“ heraus, so finden wir Abbildungen und Beschreibungen von den neuesten Waren. Schmuck, Schuhe, Handtaschen usw., und meistens von Firmen, die für Qualität bürgen. Gerade das Wissen um die Neuheit, die Kenntnis der Qualität der Waren in anderen Branchen ist für uns so wichtig.

Wenn z. B. eine Kundin eine Sportuhr wünscht, so kann sie dabei an eine Uhr zu 20 RM, aber auch eine zu 80 RM denken. Die Enttäuschung, sie gering eingeschätzt zu haben, können wir ihr ersparen, wenn wir mit einem Blick erfassen, was wir vor uns haben. Sieht man, daß sie eine der neuesten Gold-Pfeil-Taschen trägt, ein Paar Wiener Schuhe, so darf man es ruhig wagen, die teure Uhr anzubieten. Es fällt dieser Dame leichter, zu sagen, daß es ihr für ihren Zweck zuviel ist. Im umgekehrten Falle genügt auch oft schon der diskrete Hinweis auf die Qualität des von ihr getragenen Gegenstandes. Allerdings ist beim Widerspruch des Kunden äußerste Vorsicht geboten. Es gibt Menschen, die einfach keinen Widerspruch vertragen, dann reagieren sie aber sicher auf eine versteckte Schmeichelei. „Ganz recht, die billige Uhr geht auch, aber zu ihrer ausgesucht aparten Gold-Pfeil-Tasche paßt sicher auch diese Uhr besser!“ Meist trifft dann ein Blick voller Staunen die Frau Meisterin. Daß sie die Qualität kennt, das verbindet die Geister! In Großstädten erwartet man das von ihr!

Da gibt es aber auch andere und bedeutend mehr Möglichkeiten, den Blick zu schulen. Sieht man an der Kleidung der Kundin, daß sie absolut auf solid eingestellt ist, so darf man ruhig annehmen, daß sie, wenn die Frau Meisterin so ganz nebenbei den Minderwert einer Zylinderuhr erwähnt, bestimmt die Ankeruhr kaufen wird. Ist auch im Augenblick der Geldbeutel nicht so gefüllt, das schadet nichts. Die Kundin kommt zurück, sie wird warten, bis der fehlende Betrag dazugekommen ist. Ist das nicht eine Genugtuung für die Frau Meisterin?

Sie sagen, viele Damen haben das, was sie schmückt, geschenkt bekommen, man könne das nicht wissen? Nein, in den Geldbeutel können Sie nicht sehen. Sie können sich aber darauf verlassen, daß es richtig ist, gerade dann das Ausgefallenste, was am Lager ist, zu zeigen. Es wird geholt werden. Denn Ansprüche wissen solche Damen bekanntlich gut zu stellen.

Recht unklug ist es, die gelesenen Zeitschriften wegzuzwerfen. Man lege sie ruhig im Laden aus. Nicht alle Kunden lassen sich selbst mit dem größten Geschick nicht, etwas Neues zeigen, viele sind für nichts zu interessieren.

Das große Schweigen lastet drückend auf Kunden und Verkäufer. Bieten Sie dann diese Zeitschrift an. Natürlich darf dann nicht mehr der Prospekt eines Versandhauses darin liegen. Es genügt, wenn wir ihn allein aufmerksam angesehen haben!

Frau Meisterin, Sie sehen, der Blick in den Geldbeutel des Kunden ist möglich, wenn wir aus unserem Sehen und Wissen Gewinn ziehen. Wir können unendliche Möglichkeiten uns dienlich machen, den Umsatz zu steigern. Bei uns muß es sein wie bei den Uhren: Wir müssen es in uns haben. (I/1762)

Aufnahme: Meisemann

Ein prächtiges Wahlschaufenster

dekorierte Fräulein Johanna Deutschmann zum historischen 10. April. — Auf schwarzem Samtsockel stand eine echte Bronze, im Hintergrund schwarze Schrift auf modifarbenem Stoff. Vor den grünen Blühpflanzen in der Mitte rot blühende Azaleen. Ganz im Vordergrund ist auf schwarzem Stoff Silberschrift ausgelegt.

