



Für Sie, Frau Meisterin!

FOLGE 12

Das Weihnachtsgeschäft steht vor der Tür

Wir haben einmal eine „Kundin“ – Frau Erna Horn – gefragt, wie sie in einem Uhren- und Schmuckgeschäft wünscht, bedient zu werden! Sie gibt uns sehr wertvolle Winke – besonders auch für den Schmuckverkauf – so daß jede Ihrer Mitarbeiterinnen den Aufsatz lesen sollte.

Liebe Frau Meisterin!

Sie stecken sicherlich schon in den Vorbereitungen für den Weihnachtsverkauf und deshalb wollen wir ein wenig über dieses uns alle interessierende Thema plaudern.

Die vorweihnachtliche Zeit gibt dem ganzen Leben ein anderes Gesicht. Selbst eine solch prosaische Angelegenheit, wie der Aufbau der Auslage, wird zu einem heimlichen Fest und überall hängt der süße Geruch von Tannengrün und Äpfeln.

Da Weihnachten auch die Hauptgeschäftszeit für Uhren und Schmuck ist, so bedeutet es gerade für die Uhrmachersfrau natürlich weit mehr als nur ein Familienfest. Es gilt, den Kunden durch die richtige Stimmung zum Kauf anzuregen! Das ist bei der Riesenauswahl der Geschenkmöglichkeiten selbstverständlich nicht allzu einfach, und doch hat es der Uhrmacher wieder leichter als etwa das Haushaltartikelgeschäft: Schmuck und Uhren locken und versinnbildlichen an sich schon den erträumten weihnachtlichen Luxus! Ausgesprochen „praktische“ Dinge dagegen werden uns Menschen nur durch den Verstand aufgezwungen, unser Herz möchte wohl stets das sozusagen überflüssige Glück.

Das irgendwie außergewöhnliche, also über dem Alltag stehende Weihnachtsgeschenk bleibt darum stets eigentlich das begehrtere. Wenn die Uhrmachersfrau es daher versteht, diese Tatsache auszuwerten und sie dem Kunden gefühlsmäßig nahe zu bringen, so wird ihre Mitarbeit gerade jetzt, zur Weihnachtszeit, besonderen Erfolg haben.

Die Auslage sollte in diesen Wochen bewußt festlich und beinahe ein wenig elegant sein. Die „praktische“ Note fehlt wohl am besten ganz, denn Schmuck und auch die schmückende Uhr wollen und sollen nicht „praktisch“ sein. Vielleicht ist es zweckmäßig, nette Geschenkpackungen, also in hübscher Art selbst verpackten Schmuck in einer offenen Schachtel zu zeigen, damit der Kunde sieht, wie auch ein kleines Armbändchen oder dergleichen etwas von sich macht. Damit wird zugleich der Eindruck vermittelt, den das Geschenk auf dem Gabentisch erweckt; es ist dadurch bereits über die Atmosphäre des rein Geschäftlichen hinausgewachsen. Eine weiß gedeckte Tischplatte, Tannenzweige, Apfel, Lametta, rote am Abend brennende Kerzchen in einzelnen Sternhaltern, dazwischen dann Schmuck und Uhren mit drolligen Karten daran, welche die Anschriften der Beschenkten tragen – das ist natürlich reizvoller, als eine mehr oder minder serienmäßige Aufmachung.

Wie wäre es mit einer Standuhr im Hintergrund? Eine umgebundene „Bauchbinde“ aus Silber oder rotem Seidenband mit silbernen Tannenzapfen und einer Geschenkkarte zeigen vollauf, was gemeint ist. Die Auslage sollte möglichst übersichtlich gestaltet werden und nur wenige Exemplare der einzelnen Geschenkattungen bringen. Dafür sagt ein Schild etwa „Der Weihnachtsmann hält sich zur Zeit gerade im Laden auf; bitte sehen Sie sich seine herrlichen Gaben an!“ Ein wenig Humor ohne Blödelei, ein gefälliger Plauderton ohne Platttheit wird immer auf die vom Weihnachtstrubel aufgelockerten Käufer wirken.

Und dann, wenn der Kunde drin ist, dann geht die richtige Verkaufskunst erst los; sie stellt natürlich gerade um diese Zeit große Anforderungen, aber sie lohnt sich. Vor allem ist es wichtig, daß die Verkäufer im Laden nie geheßt und eilig wirken; denn eine Uhr kauft man sich doch nach Laienauffassung „fürs Leben“ (ein viel teureres Auto allerdings nur für etliche Jahre – das ist nun einmal der Widersinn der Wertbegriffe!). Wenn es also noch so eilig sein mag und wenn auch Kunden warten: ruhig und freundlich bleiben! Der wartende Kunde wird dabei nett vertröstet und nicht mit einem vielsagenden oder gar ärger-

lichem Blick stehen gelassen. Es genügt, zu sagen: „Bitte, etwas Geduld, wir wollen Sie gut und nicht nur so zwischendurch bedienen“. Das wirkt bestimmt und macht den Kunden geduldig, denn man sagt ihm ja, daß seine Wünsche so wichtig seien, daß man unbedingt ganz persönlich darauf eingehen wolle. Wird der Wartende dagegen wie Luft behandelt, so kühlt die Sphäre der Einkaufslust schon von vornherein ziemlich auf den Nullpunkt ab. Vielleicht kann ein schöner Katalog die Wartezeit etwas vertreiben und zugleich Wünsche erwecken. Jedenfalls ist der wartende Kunde ebenso wichtig wie der schon bediente. Darum Vorsicht, denn ungeduldige Menschen sind rasch verkniffert!

Beim Schmuckeinkauf spielt das Persönliche eine große Rolle. Der Mann, der seiner Frau Ohringe kauft und allein kommt, möchte doch gerne wirklich gut beraten sein. Man muß ihm daher geschickt helfen. Zunächst achte man darauf, ob es sich um eine junge oder ältere Frau handeln kann und fragt, ob die Dame ein schmales Gesicht hat; dann kann man nämlich mit Erfolg baumelnde Gehänge empfehlen. Für ein rundes Gesicht kommen aus geschmacklichen Gründen nur kurze Ohringe in Frage. Auch die Haarfarbe spielt bei Halbedelsteinen oft eine Rolle. Wenn der Kunde zuletzt doch nach seinem Willen kauft, so wird die Anteilnahme, wenn sie nicht aufdringlich war, auf jeden Fall als sehr entgegenkommend empfunden. Kommt eine Dame und will beispielsweise Manschettenknöpfe kaufen, so ist bei der Auswahl des „Patents“ (Kettchen, Karabiner, Umklappfeder usw.) nach der Geschicklichkeit und der bisherigen Gewohnheit des Herrn zu fragen. Ein fremder Verschluss kann nämlich eingeschworene Besitzer anderer Knopfarten eher wütend machen als erfreuen! So können Junggesellen (im allgemeinen wenigstens –!) nur wenig mit Knöpfen anfangen, die sie weder allein öffnen noch schließen können.

Bei Armbändern kommt es darauf an, ob ein Handgelenk schmal oder dick ist. Schmale Gelenke vertragen steife Ringe, dickere am besten Ketten. Starke Damen sehen besser mit langen Halsketten aus, schlanke dagegen mit kurzen. Bei Armbanduhr ist nicht nur der Preis, sondern auch der Beruf des Trägers wichtig! Je nachdem empfiehlt man wasserdichte oder elegante, nachts leuchtende oder „aufgemachte“ Uhren. Beim Wecker spielt es eine Rolle, ob er tagsüber Schreibtischuhr zu sein hat, ob er lautlos sein soll oder in derbe Jungenhände kommt.

So gilt überall das Persönliche. Und wer geschickt ist, gerade dieses unfaßbare Nichts zu erfassen, um es in die Verkaufshandlung einzuschalten, der wird zufriedene Kunden haben.

Dieses „Persönliche“ sollte jetzt überhaupt überall zu spüren sein: in der Auslage ebenso wie im Laden. Man stellt nicht nur gekaufte Dekorationen irgendwohin, sondern bringt durch Kerzen oder Äpfel, vielleicht auch durch ein paar Lebkuchen und dergleichen, eine etwas intimere Note hinein. Das selbst verpackte Geschenk, die handgeschriebene Geschenkkarte, vielleicht eine bunte, handgearbeitete Decke, das schenkt Wärme und Vertrauen. Die im Laufe der Jahre recht üblich gewordenen „drunkvollen“, unpersönlichen Weihnachtsauslagen langweilen unsagbar, weil sie zu unwahr sind!

Also, liebe Frau Meisterin, besinnen Sie sich einmal auf eine nette Auslagenidee, die so ist, wie sie etwa selber beschenkt sein möchten. Und helfen Sie Ihrem Kunden, sich zwischen der Freude und zugleich der Qual des Einkaufens zurecht zu finden.

Und nun ein recht gutes Weihnachtsgeschäft und Ihnen selbst einen reichen Gabentisch wünscht Ihnen Ihre
Frau Erna
(I/2011)