

Stärkere Wachsamkeit gegenüber allem Neuen, bessere Kenntnis der Tagesgeschehen, gute Allgemeinbildung, die man sich auch selbst aneignen kann, all das sind Stufen zur Persönlichkeit, die im wesentlichen an allem bewußt reifen soll, was edel, groß und wertvoll ist, um allem Wertlosen, Banalen, Nichtfördernden auszuweichen. Diese Reife sind wir dem Handwerk und dem eigenen Leben, nicht zuletzt der Zelle des Staates und des Völkerlebens schuldig – unserer Familie. Es gibt nichts, was das Fehlen dieses Strebens entschuldigen könnte, eines nur gibt es – den lebendigen Menschen, der aus solcher Haltung ungeahnte Impulse in das Leben der Gemeinschaft und das Handwerk trägt.

Ganz zu Unrecht wird die Reichsleitung unseres Berufes für mancherlei Mängel verantwortlich gemacht, die durch die vielen, eben leider fehlenden Handwerkspersönlichkeiten und deren überzeugenden Einfluß hätte vermieden werden können. Die Plakate allein sind kein ausreichendes Kampfmittel; das einflußreiche Wort ist entscheidend, die Meinung über die Handwerksarbeit, die dem Kunden unauffällig nahe gebracht werden muß, daß er nicht nur überzeugt, sondern durch den Stolz, etwas von der Sache zu wissen, selbst zum Werbenden für die betreffende Firma und den Wert eines Fachgeschäftes wird.

Aber das überzeugende Wort ist genau so wie der ganze Ausdruck des Verkaufenden, sein geistvoller Elan oder seine primitiv-geistige Art, Ergebnis seiner Arbeit an der Persönlichkeitsbildung, bei der es keine Grenzen gibt. Die geistige Basis des Handwerks, auch unseres Standes, muß wertvoller werden; das erfordert die Zeit und auch die Größe von Tradition und Geschichte.

Wir müssen also fähig sein, unsere Kunden auf allen Gebieten zu unterhalten, und zwar so, daß sie gefesselt sind von unserer Art, womit nicht gesagt ist, daß dabei das Spannende oder weniger Spannende des jeweiligen Themas entscheidet; dieses Fesseln ist die zweite Seite persönlicher Kundenbedienung, ist Ausdruck des Wichtigsten, der Persönlichkeit, die aus Gesicht, Sprache, Tonfall, Kleidung und Haltung des Kunden sofort ein Bild gewinnt von dessen Wesen und sich augenblicklich darauf einstellt.

Diese Reichweite in die letzten Ecken der Psyche des Kunden heißt nicht Aufgabe der eigenen Persönlichkeit, ist nicht Gefahr dazu und auch nicht Verwischung eigenen Wesens; sie ist menschliche Größe und wird immer stärkste Waffe wahrer Volksführer sein. Es gibt nichts, was uns mehr berührt als Umgang mit dem Volke, dem wir alles danken und aus dem wir bei der Mühe, es zu verstehen, mit ihm Kontakt zu haben, stets neue Kräfte gewinnen. Was anfänglich Mühe ist, wird später Selbstverständlichkeit – errungenes Glück, Reichtum der Persönlichkeit –, dauernder Erfolg im Geschäft.

Alle Versuche sind jedoch umsonst, wenn man das als Zweck betrachten will, es also am Kern der Persönlichkeit fehlt, deren Wert aufglänzen sollte in jedem Wort, jeder Bewegung und überhaupt im ganzen Fluidum des wertvollen Menschen. Je feinsinniger wir sind, desto leichter der Weg. Kommen z. B. Kinder ins Geschäft, so wirkt es nicht, Kindlichkeit zu schauspielern. Was in uns wurde an tiefem, wirklich kindlichem Verstehen, das allein kann in solchen Augenblicken Gestalt gewinnen und die Art prägen, mit der wir diesen Kindern begegnen. Das Besondere, das Geheimnis der Persönlichkeit ist entscheidend, das die magische Verbindung zwischen uns und dem Kaufenden schafft. Sie ist das Besondere, was den Kunden aufhorchen läßt und ihm Achtung abnötigt.

Man muß das Volk und das Leben in all seinen Erscheinungen verstehen, um mit dem Volke reden zu können, einen einfachen Menschen glaubhaft auf die Schulter zu klopfen und einer zart-geistigen Frau mit gebührendem Intellekt zu begegnen. Es muß Freude und Glück, besonders aber ein lebendiges Dasein bedeuten, so die Weite des Lebens zu durchmessen und überall zu Hause zu sein, bei allen Menschen unseres großen Volkes.

Alle Menschen künden die Größe des Lebens, von der nicht genug aufgenommen werden kann, denn sie ist die Triebkraft aller großen Gedanken und jedes inneren Strebens. Auch die großen sogenannten „feinen Geschäfte“ brauchen nicht aus versteckten Gründen der Blasiertheit diesem volksnahen Leben auszuweichen, nur weil es angeblich nicht zum „guten Ton“ paßt, der scheinbar nur schmeichelhafte Behelungen „gnädiger Frauen“ duldet.

Jeder Beruf hat heute volkhafte Aufgaben, nicht zuletzt der Handwerkerstand, der, noch immer von Menschen des Volkes getragen, Größen des Geistes werden ließ, deren Kunst und Lebensnähe dem ganzen deutschen Volke und der Menschheit ewige Werte, ja, dem Volke sein eigenes, teils zeitlich gebundenes Gesicht gab oder zeigte. Man könnte dieses

Thema der Verkaufspsychologie mit Beispielen zu erläutern suchen. Ich möchte jedoch nur von der großen Linie reden, vom Wesen, das sich nicht „erklären“ läßt, in dem sich aber alle bei ernstlichem Mühen und ehrlichem Streben treffen. Um die Persönlichkeit ist es ein Geheimnis, das ist jedem offenen Menschen klar – auch ohne eingehende Philosophie.

Die Persönlichkeit läßt sich nicht zerplücken und der Weg zu ihr sich nicht als Rezept darbieten. Unendlich viele nicht in Worte zu formende, lediglich in der Feinheit des Gefühls beruhende Dinge müssen da gesehen werden. Je stärker wir sie erkennen und je mehr wir damit in unsere eigene Struktur eindringen, desto mehr gewinnen wir auch an Kenntnis über die Anlagen des anderen Menschen und stellen im Sinne eines guten Verkaufs unser jeweiliges Verhalten darauf ein.

Bei allen Gesprächen entscheidet das „Wie“ unseres Fragens, entscheidet Tonfall, Blick, Haltung und manches mehr. Alles muß nicht nur sehr persönlich von uns aus, sondern auch höchst individuell auf den Kunden abgestimmt sein. Sich selbst gegen eigene Interessenlosigkeit gegenüber dem nun mal zu führenden Thema durchzusetzen, sollte ein froh gelieferter Beweis für innere Beweglichkeit sein.

Die Liebe und die Fähigkeit, sich für alles Kleine, Verborgene und deshalb vielleicht gerade Wertvolle zu begeistern, ist entscheidend. So wird das Schaffen, der Beruf nicht stumpf, nicht nur Zweck – Geschäft im nüchternsten Sinne; so bleibt alle frohe Tat trotz Enttäuschungen genau so stark wie unser Sinn, der immer und überall bereit ist zu gläubiger, liebender Hingabe an die Gemeinschaft unseres Volkes, der wir alles danken, Brot und Entwicklungsmöglichkeit.

Eine kleine sechsjährige Kundin zeigte mir letztes ihr Bandonium, auf dem sie gut spielen kann, und war glücklich, daß ich an dieser Welt teilnahm, die ihre Welt ist. Und da ich wußte, daß dieses Kind nicht mal ein Bettchen hat und auf dem Sofa schlafen muß, zeigte ich ihm, daß ich dieses Instrument liebe und es herrlich ist, ja, das größte Glück der Erde sei, als Kind Bandonium zu spielen. Ich empfinde es als ein Geschenk, auch im Geschäft mit Kindern umgehen zu dürfen und zu können. Wir sollten auch aus eigenem Nutzen danach streben, es immer mehr zu lernen durch Vertiefung in die kindliche Psyche. – Als ich jetzt im Hause dieses kleinen Mädchens einen Regulator abholte, führte mich die Mutter in ein kleines Zimmer – da schief die kleine Bandoniumspielerin, deren Seele ich kenne und die mich kennt und lieb hat. Mit dem Bären im Arm schief sie fest und lächelte traumhaft schön.

Wir alle sind Baumeister am Reiche der Deutschen, wenn wir die Seele des Volkes suchen; das ist kein nutzloser, erhaben zu belächelnder, zeitfremder Idealismus, sondern höchstes Glück und wärmstes Streben der Menschen, denen die Volkwerdung im Reiche unseres Führers Herzensbedürfnis ist. Ringen wir also um die Seele des Volkes, dann erhalten wir dieses höchste Streben, vielleicht ohne es zu wollen, als Dank zurück durch die Treue und Anhänglichkeit unserer Kundschaft.

Wir wollen aber nicht nur versuchen, nur Kinder wirklich zu verstehen, sondern auch aalglatten Charakteren können wir genau so nahe kommen wie einem alten Mann, der wie aus einer anderen Welt – seine Schlüsseluhr – sein Heiligtum mit allem Ausdruck der Kostbarkeit zur Reparatur bringt. Wir wollen nicht Herzen brechen durch wegwerfende, aburteilende, fachmännische Kritik. Solche Urteile vernichten oft Menschen und ihr Glück, das manchmal weiter nichts ist als eine schäbige Uhr. Solch ein Wort kann wie ein Riß sein und eine ganze Welt zerstören, nicht nur bei alten Leuten, auch bei anderen und uns selbst.

Prüfen wir alles und wagen wir unseren Ausdruck. Auch uns ist eine Kleinigkeit, ein äußerlich gemessen wertloses Ding oft kostbarer Besitz und Sinnbild von etwas Besonderem. Der Kunde ist nicht nur „Kunde“; er ist – vergessen wir das nicht – genau so sensibel wie wir. Behandeln wir ihn deshalb mit aller Feinheit, deren wir nur fähig sind, einer Feinheit, die, mit dem Dichter gesprochen, als „Glanz von innen“ sich mit fachmännischer Überzeugungskraft zu unübertrefflicher Meisterschaft steigert.

Der Reichsinnungsmeister des Uhrmacherhandwerks hat uns die Parole vom „Gelernten Uhrmacher“ gegeben. Tragen wir sie als lebendige Menschen, dann können wir sie auch verteidigen mit dem Werkzeug des Herzens – unserer Sprache. Sie reift an bewußter Lebenserfahrung und Vertiefung. Der Ladenfisch ist uns also Anlaß zu fähiger Prüfung, wie weit wir unserer Verantwortung gegenüber Volk, Familie und deren Lebensglück gerecht geworden sind, wie weit wir sie steigerten und wie weit bei all dem der innere Mensch reifte. Alle diese Gedanken treffen zusammen in dem, was Goethe einmal sagte:

„Höchstes Glück der Erdenkinder ist doch die Persönlichkeit.“

(1/2160)