

Die Ware im Schaufenster

Ich stehe auf dem Standpunkt, daß es verkehrt ist, wenn im Schaufenster kleine oder große Schilder mit der Aufschrift „Unverkäufliche Ausstellungsware“ oder ähnliche verwendet werden. In meinem Geschäft verwende ich jedenfalls derartige Schilder nicht. Es wird durch diese Schilder nur zu leicht der Eindruck erweckt, als ob alle im Schaufenster ausgestellten Waren unverkäuflich seien. Der Käufer hat daher wenig Interesse, das Geschäft überhaupt zu betreten. Ganz verkehrt ist es aber, wenn Berufskameraden dazu übergehen, beispielsweise an sämtliche Tischuhren im Schaufenster Schilder anzubringen mit dem Wort „Verkauft“. Denn dieses werden die Käufer bestimmt nicht glauben, sondern es als eine unzulässige Warenzurückhaltung betrachten.

Ich dekoriere meine Schaufenster mit sehr wenig Waren. Bei goldenen Uhren kann man die Warenausstellung unter Verwendung einer großen Anzahl Etuis sehr gut in die Länge ziehen. Bislang waren die meisten Schaufenster der Uhrmacher mit Waren überladen. Ein Schaufenster mit wenig Ware, aber gut dekoriert, wirkt bestimmt ruhiger und jedes einzelne Stück kommt gut zur Geltung.

Unverkäufliche Gegenstände sind also bei mir weder im Schaufenster, noch im Verkaufsraum vorhanden. Ich stelle wöchentlich eine gewisse Stückzahl von Uhren zum Verkauf. Daß ich hierbei meine Stammkundschaft und Wehrmachtsangehörige bevorzuge, ist selbstverständlich. Ebenso selbstverständlich ist es aber auch, daß ich mir eine gewisse Lagerreserve erhalte.
M. St e l l m a n n, Hannover.

Kundendienst heute notwendiger denn je!

Gerechte Verteilung setzt voraus, daß Lager vorhanden ist und Ware nachkommt.

1. Es ist leicht für Fabrikanten und Grossisten, ihren Kunden das Anfallende zu verteilen: denn jeder bekommt eben seinen Prozentsatz. In Ordnung! Aber beim Ausliefern an den letzten Kunden tritt die harte Entscheidung an den Einzelhändler: Entweder „Ja“ oder „Nein“; denn man kann nicht eine Uhr prozentual zerstückelt abgeben.

2. Wesentlich ist für den Einzelhändler: Erhaltung und Versorgung seiner „Kundschaft“. Man kann wohl einmal einem durchkommenden Kunden eine Thiel-Uhr abgeben. (Auch diese verkaufe ich nur an Kunden, die ich kenne und die in's Feld gehen.) Aber wirkliche Uhren nur für wirkliche Kunden oder solche, die es werden.

3. Wesentlich ist ferner: Die Bestanderhaltung, nicht böswillige Zurückhaltung, sondern Lagererhaltung für unsere Kundschaft, die ja in Goldwaren durch die Verordnungen gewissermaßen gesichert ist. An sich ist der Uhrenvorrat arg gesunken. Daher ist unsere ganze Hoffnung die Weiterbelieferung durch

die Fabrikation. Mein Vorschlag, den ich auch schon vor der hiesigen Innung bekanntgab: Bestand stückmäßig aufnehmen! Durch Monatszahl teilen! Ergebnis: Je Monat werden nicht mehr verkauft als diese Zahl! Wenn neue Lieferungen eintreffen, werden diese zunächst für 1941 zurückgelegt. Falls diese Menge wesentlich den Bestand erhöht, kann jederzeit der Verkauf erhöht werden. Auf diese Weise ist es möglich, jederzeit für besondere Kunden etwas zur Verfügung zu halten.

4. Ich halte es für größere Geschäfte für falsch, Ware zu zeigen, die nicht verkäuflich ist. Daß ich Uhren führe, weiß jedes Kind! Ich habe mein Uhrenlager fast völlig durch Schmuckwaren ausgefüllt, so daß alles, was in Fenster oder Ladentisch liegt, auch zu verkaufen ist. Es gibt ja soviel Goldsachen, die infolge der Verordnungen recht fest liegen, und es gibt andere Artikel, Bernstein usw., die man sowieso als Ausgleich führen muß und daher zeigen muß, um sie zu verkaufen!

Übrigens viel wesentlicher als alles Zurschaustellen der Ware ist ja für die Zukunft das Behandeln der Kunden im Laden. Schreiben Sie alle „Kundendienst“ ganz groß!

Walter Bistrick, Königsberg (Pr.).

Disziplin im Ein- und Verkauf

Eine sogenannte gerechte Warenverteilung an den letzten Verbraucher ist heute eine sehr schwierige Angelegenheit. Berufskameraden, welche sich einer „böswilligen Warenzurückhaltung“ schuldig machen, gibt es nicht, denn die jüdische Spekulation, Ware zurückzuhalten und dann bei eingetretener Knappheit zu hohen Preisen damit herauszurücken, liegt unserer ganzen Geisteshaltung fern und wäre in einem Gemeinwesen wie dem unsrigen nicht zu rechtfertigen. Wir müssen uns aber immer eingedenk sein, daß unser Geschäft infolge des Vertrauens, das uns von unseren oft langjährigen Kunden entgegengebracht wird, groß geworden ist und daß unsere Stammkunden unzweifelhaft das Recht haben, vor den Laufkunden beliefert zu werden, welche wir vielleicht einmal und dann niemals wieder sehen. Schließlich muß sich ja auch jeder einzelne von uns damit abfinden, daß ihm seine Lieferanten und Grossisten auch nur einen Teil der bestellten Waren liefern können und begreiflicherweise auch nur dann, wenn wir schon seit jeher zu ihren Abnehmern zählten. Leider sind die Lager insbesondere an Metallarmbanduhren so gering geworden, daß vielfach nicht einmal die Stammkunden befriedigt werden können. Wir werden uns auch dazu entschließen müssen, einen bescheidenen Teil unserer Lieferungen für Firmung und Weihnachten beiseitezulegen. Daß unsere Soldaten aber in gleicher Weise berücksichtigt werden müssen, ist wohl selbstverständlich. In vielen Fällen werden wir allerdings statt der meist begehrten Armbanduhr eine Taschenuhr anbieten müssen, ein gewisses Einsichen sollten heutzutage eben auch die Kunden haben. Von der Anbringung von Schildern „Unverkäufliche Muster“ glauben wir so lange als möglich absehen zu wollen, der Eindruck auf die Öffentlichkeit ist kein guter. Von seiten der Kundschaft wurde bisher der eingeschränkte Verkauf als Kriegerserscheinung gewertet und mit Bedauern, aber auch mit Ruhe zur Kenntnis genommen. Der Verkauf von Goldgegenständen „Gold gegen Gold“ hat sich durchgesetzt, der Umsatz ist entsprechend gering. „Freies“ Gold wird fast gar nicht angeboten. Der Gewichtsmenge wegen kann von seiten der Kundschaft Silber nahezu niemals angeliefert werden, der Verkauf von Silbergegenständen wird nach Erschöpfung der Lager wohl aufhören. Wegen der Unmöglichkeit, Silber in freiem Ankauf zu erwerben, werden wir wohl für die Lieferung

von größeren Silbermengen, Besteckkassetten, Schüsseln usw., von unseren Kunden Silber verlangen müssen. Vielleicht gelingt es in einem oder anderem Fall, Material zu erhalten, meist wird sich das Geschäft wohl zerschlagen, was dann aber eben in Kauf genommen werden muß.

Daß man an die einzelnen Kunden nur einzelne Stücke abgeben soll, wurde auch in den Fachzeitschriften schon erwähnt, wir haben diesen Vorgang in den letzten Monaten immer geübt und auch keinen Widerstand gefunden. Wir können es uns nicht leisten, einem Kunden vielleicht ein Dutzend Reiseuhren zu verkaufen zum Verteilen an Bekannte und elf andere Käufer unbefriedigt zu lassen.
L i e b e w e i n, Wien.

Ein stattliches Kleinstadtgeschäft

Aufn.: Privat

