

Zeitschrift: Illustrierte schweizerische Handwerker-Zeitung : unabhängiges Geschäftsblatt der gesamten Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe

Herausgeber: Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe

Band: 50-51 (1933)

Heft: 29

Rubrik: Ausstellungen und Messen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Es existiert keine einzige Installationsfirma in der Schweiz, welche ein mit allen Artikeln der Branche assortiertes Verkaufsmagazin besitzt. Das ist übrigens eine Unmöglichkeit. Damit vermissen wir schon einen wichtigen Faktor bei der Verkaufstätigkeit, die Möglichkeit, dem Kunden im ersten Augenblick seines Interesses die gewünschte Ware vorzuführen. Wir haben allerdings Ersatz. Die Ausstellungslokale der Grossisten, die gewissermaßen unsere „Verkaufsmagazine“ sind. Die Ausnutzung dieses Ersatzes wirkt jedoch insofern erschwerend für unsere Verkaufstätigkeit, weil diese Ausstellungen meistens mehr oder weniger weit von unseren Geschäften entfernt liegen. Der Zwang, den Weg zum Grossisten, resp. in dessen Ausstellung machen zu müssen, der Zeitraum, welcher bis dahin oft vergeht, können das Interesse und die Kauflust des Kunden bedenklich erlahmen lassen. Daraus ergibt sich neuerdings die Notwendigkeit, uns zu rüsten, uns verkaufsbereit zu machen, so bereit, daß wir sogar zu Hause verkaufen könnten. Was gehört dazu?

Das Erste ist wohl, daß jeder gut orientiert ist über die Apparate und Einrichtungs-Gegenstände, welche der Markt bietet. Durch stetes Studium der Fachpresse, durch aufmerksames Lesen der Inserate, durch periodische Besuche der Musterräume unserer Lieferanten können wir uns das beste Bild über die Leistungsfähigkeit des Marktes machen. Alsdann ist darauf zu achten, daß wir von den verschiedenen Firmen stets gültige Kataloge und Preislisten zur Hand haben, daß für Spezialartikel Prospekte vorhanden sind. Von großer Wichtigkeit ist dabei eine geordnete, griffbereite Aufbewahrung dieser Drucksachen, damit wir im Bedarfsfalle durch rasche Bereitschaft Eindruck machen können. Über Neuheiten, Preisänderungen etc. lasse man sich stets von seinem Lieferanten unterrichten. Es ist natürlich unerlässlich, daß ein Fachmann sich stets auf dem Laufenden hält über die Materialbeschaffenheit, die Konstruktion, die technischen und praktischen Vorteile eines Artikels, über dessen Leistungsfähigkeit, dessen Anwendungsmöglichkeiten, die Erfahrungen, welche man damit gemacht hat (Neuheiten). Kurz über alles, das notwendig ist, um den Artikel dem Kunden so zu zeigen oder zu erklären, daß er ihn kauft. Wir müssen aber immer sachlich bleiben, denn man nimmt uns nur zu gerne beim Wort. Über die letzten Faktoren kann man sich gut durch bekannte Reisende oder durch Aussprache mit Berufskollegen unterrichten. Wir sollten keine Mühe scheuen, für jeden Artikel so viel Trümpfe als möglich zu sammeln. Wertvoll ist es auch, wenn wir über ausgeführte Anlagen, gelieferte Apparate usw. zuverlässige Referenzen sammeln. Diese müssen „gepflegt“ werden, damit sie nicht unter Umständen unsere Kunden verderben, anstatt sie zu fördern.

Wenn wir uns durch die Erfüllung dieser Erfordernisse die Möglichkeit schaffen, jeden Interessenten, jeden Kunden so zu bedienen, daß er den Eindruck erhält, am rechten Ort zu sein, haben wir schon viel gewonnen. Wenn wir ihn durch rasche, gründliche Beratung, sachliche und zuverlässige Aufklärung über die ihn interessierende Ware zum Glauben bringen können, daß wir unser Fach verstehen, daß er sich auf unsere Kenntnisse, auf unsere Firma und auf die Ware verlassen kann, wird der Mißerfolg beim Verkaufen selten werden.

So wird es ohne weiteres klar, daß wir nicht unvorbereitet und ungerüstet verkaufstätig sein dürfen. Ohne Kenntnis des Montageplanes, ohne Kenntnis

der zur Verwendung kommenden Apparate und Materialien beginnen wir auch keine Installation. Warum denn also im andern Geschäftszweig weniger vorbereitet arbeiten und so den Erfolg zum Vorneherein in Frage stellen.

Die angetönten Vorbereitungen verursachen weit weniger Mühe und Arbeit als es den Anschein macht. Systematisch durchgeführt, stetig ausgebaut und vervollständigt, erfordern sie täglich nur wenig Zeit. Die Aufwendungen, die dafür gemacht werden, stehen in keinem Verhältnis zum Nutzen, den der strebsame Fachmann daraus zieht. Der Verkäufer.

Ausstellungen und Messen.

Ausstellung „Friedhof und Grabmal“ im Kunstgewerbemuseum Zürich. 15. Oktober bis 15. November 1933. Fünfzehn Jahre sind es her, daß hier den Fragen der Grabmalkunst und Friedhofgestaltung erstmals eine Ausstellung gewidmet wurde. Seither haben die Reformbestrebungen auf diesem Gebiete sich mehr und mehr ausgebreitet, und zu den bisherigen Gesichtspunkten kommen neue hinzu. Diese neuesten Anschauungen bestimmen die kleine programmatische Sonderausstellung, die den Kern der Schau bildet. Um sie herum gruppieren sich die anderen Abteilungen, in denen für die verschiedenen Aufgaben des Bereiches Lösungen und Anregungen zu solchen gezeigt sind. Bestattungsformen, Bestattungsbräuche, Totenmal und Totenkult vergangener Zeiten und verschiedener Völker sind in Bildern veranschaulicht und durch Text erläutert in der historischen Abteilung, für die, wie auch für die anderen Gruppen, von vielen öffentlichen und privaten Stellen interessantes Material leihweise überlassen wurde. Die Ausstellung ist, außer zu den gewohnten Zeiten, je Mittwoch abends bis 9 Uhr geöffnet.

Holz-Marktberichte.

Holzpreise in Schwanden (Glarus). Die heurige Hauptholzgant, abgehalten im Hotel „Adler“, ergab insgesamt den Betrag von Fr. 17,706. Die Beteiligung war sehr lebhaft. Zur Versteigerung kamen rund 1000 m³, oder 46 Teile.

Toggenburger Holzpreise. Die Kreisgenossenschaft Krummenau-Neßlau verkaufte aus den entlegeneren Waldgebieten zirka 470 m³ Nutzholz und löste für Obermesser Fr. 21.— und 29.—, für Untermesser Fr. 16.— und 24.—. — An der Steigerung von zirka 400 m³ vom 30. September 1933 erzielte die Gemeinde Fr. 28.— per m³, Rüsten und Transport an die Straße resp. Drahtseilbahn gingen zu Lasten der Verkäuferschaft. Gegenüber dem Vorjahr sind die Preise um Fr. 1.— bis 2.— zurückgegangen. Nur ganz schöne Qualitäten vermochten sich zu behaupten.

Die europäische Holzmarktlage. Das mit Ende September abgeschlossene Forstwirtschaftsjahr 1932/33 ist im Gesamtergebnis besser ausgefallen als der vorangegangene gleichartige Wirtschaftsabschnitt 1931/32. Zu befriedigen vermochte es freilich nur verhältnismäßig. Aber es brachte immerhin auf dem Holzmarkt weithin sowohl für Rohholz als auch für Schnittmaterial einen Tendenzumschwung in der Richtung einer sich aller Voraussicht nach in lang-