

## Verkaufen statt Bedienen!

Gastautor **Siegfried W. Kartmann** erklärt, warum es heute nicht mehr ausreicht, dem Kunden nur beim Einkaufen behilflich sein. Seine provozierende These: „Das hat mit Verkaufen nichts zu tun.“

Wenn der Handel doch endlich einsehen würde, welche Chancen er für erhebliche Umsatzsteigerungen hat! Kürzlich bin ich mit meiner Frau in Braunschweig unterwegs gewesen, sie hat sich Schuhe gekauft, die sie im Schaufenster gesehen hat. Man war meiner Frau behilflich, und sie bekam, was sie wollte. Freundlich war man auch, kein Grund zur Klage. Wenn der Vorgesetzte jetzt die Verkäuferin fragen würde: „Was haben Sie denn der Dame gerade verkauft?“, müsste sie wahrheitsgemäß antworten: „Leider nichts. Ich bin ihr nur beim Einkaufen von einem Paar Schuhen behilflich gewesen!“

Anders sähe es aus, wenn sie geantwortet hätte: „Die Dame hat ein Paar Schuhe gekauft, die sie im Schaufenster sah. Und dann habe ich ihr zusätzlich noch ein Paar Sportschuhe verkauft, Lederspray für die Lederschuhe, und dem begleitenden Herrn habe ich noch die Aktentasche gezeigt, die hat er tatsächlich auch noch genommen. Chef, heute läuft es gut!“

Ein weiteres Beispiel: In einem Kaufhaus interessiere ich mich für Krawatten mit Einstecktuch. Die Verkäuferin zeigt sie mir. Als ich zwei nebeneinander lege, frage ich: „Die beiden gefallen mir, welche soll ich nehmen?“ Antwort: „Bitte sehen Sie hier noch einmal, die wollte ich Ihnen auch noch zeigen, damit Sie auch die schönsten nicht übersehen!“ Richtig.

Ich nehme von den ersten beiden eine weg, lege eine von den letzten dazu und frage: „Welche soll ich jetzt nehmen?“ Der Leser wird sicher denken: „Nehmen Sie doch beide!“ wäre die richtige die Antwort. Nicht so die Verkäuferin. Sie sagte: „Ach, wenn Ihnen die gefallen, gönnen Sie sich doch beide!“ Sensationell!



**Siegfried W. Kartmann,**  
**MEHR VERKAUFEN!!! MEHR UMSATZ!!!**  
**WO IST DAS PROBLEM?**  
**144 Seiten, Paperback,**  
**19,90 Euro; CW Niemeyer**  
**Verlag, Hameln**  
**ISBN 978-3-8271-9500-5**



**Siegfried W. Kartmann**

ist Vertriebspezialist und  
 Trainer an der Akademie  
 für Führungskräfte  
 in Bad Harzburg.  
 Mehr unter  
[www.kartmann-seminare.de](http://www.kartmann-seminare.de)

Eine gute Verkäuferin würde gesagt haben „Nehmen Sie doch beide!“. Die Super-Verkäuferin sagt: „Gönnen Sie sich doch beide!“ Aber jetzt kommt's: Sie sagte nach dem Kauf: „Jetzt sind Sie schon mal im Haus. Gehen Sie doch noch in diese Abteilung dort, (sie zeigt die Richtung), da haben wir Kaschmir-Pullover für 99 Euro, die sollten Sie sich unbedingt noch anschauen!“ Ich war platt. So eine Verkäuferin gibt es? Ja, aber leider viel zu selten.

### Da kann ich nur sagen: Abwerben!

Die meisten Verkäuferinnen und Verkäufer unterschätzen Ihren persönlichen Einfluss darauf, ob ein Kunden mehr oder weniger kauft.

Viele freuen sich, wenn sie den Umsatz einmal um Nullkomma x oder um Einskomma y gesteigert haben. Sie nennen als Grund alle möglichen Ursachen wie Wetter, Sortiment und was nicht alles. Aber: 10 bis 20 Prozent sind möglich, wenn Verkäuferinnen und Verkäufer endlich einmal anfangen würden, tatsächlich zu verkaufen!

In einem Schuhgeschäft interessiere ich mich für Schuhe, die ich beim Autofahren tragen will, leichte Sportschuhe also. Der Inhaber bedient mich, und ich finde, was ich suche. Dann schlägt er vor: „Herr Kartmann, jetzt sind Sie schon mal da. Ich habe Lederblousons eingekauft, die ich zu einem tollen Preis abgebe, wollen Sie mal sehen?“ Zeigen Sie mir den Kunden, der jetzt nicht wenigstens „interessiert wäre“ wollte. Ich will es kurz machen, den Blouson habe ich tatsächlich gekauft, meine Frau hat geschimpft.

Später fragte mich der Schuhgeschäfts-Inhaber: Herr Kartmann, ich weiß, Sie sind Verkaufstrainer. Sie wollten ja nur die Schuhe fürs Auto. Jetzt haben Sie noch den Blouson gekauft! Wie bringe ich meinen drei Verkäuferinnen und meinem Verkäufer bei, dass sie, wenn der Kunden schon mal im Laden ist, wenigstens noch sagen: „Jetzt sind Sie schon mal im Haus, ich zeige Ihnen noch etwas

Interessantes, hier schauen Sie, dieser Gürtel, diese Jacke, diese Tasche, oder was auch immer! Ich bin der Einzige, der Zusatzverkäufe macht! Wie bringe ich denen das bei?“

Darauf gäbe es viel zu antworten. Das Vormachen ist jedenfalls schon mal ganz o.k.

In der Tat glauben viel zu viele Händler, Umsatz sei etwas, was automatisch passiert oder was automatisch passieren müsste. Und wenn nicht, dann liegt es an allem, nur nicht an den Händlern und ihren Verkäuferinnen und Verkäufern selbst.

Beispiel 4: Vorbildlich der junge Verkäufer, bei dem ich mich nach T-Shirts erkundige, „aber reine Baumwolle, bitte“. Er findet sie, ich kaufe sie. Und dann: „Sie erkundigen sich so genau nach reiner Baumwolle! Wie ist das bei Ihnen eigentlich mit Socken? Wir haben nämlich gerade Socken hereinbekommen in 100 Prozent Baumwolle. Wissen Sie, die meisten haben noch ein bis zwei Prozent Polyester. Ich hole die mal!“

Wenn dieser begnadete Verkäufer mich nicht auf die reinen Baumwoll-Socken angesprochen hätte, ich hätte die fünf Paar nicht gekauft. Das ist Verkaufen, das ist mehr als nur beim Einkaufen behilflich zu sein!

### Darf's ein bisschen mehr sein?

Mehr von diesen Verkäufern, und wir könnten gar nicht so viel Ware beschaffen, wie zu verkaufen wäre!

Kürzlich kaufte ich, meine Frau hat mich geschickt, (sie bat mich natürlich, etwas zu besorgen), etwas Wurst beim benachbarten Metzger. Die Senior-Chefin: „Herr Kartmann, bei dem schönen Wetter, könnten Sie doch heute Abend grillen. Schauen Sie mal hier, wir haben Fleisch vorgewürzt!“ Ich rufe meine Frau über Handy an, gesagt, getan. Ich hätte nicht gegrillt an diesem Abend, wenn die gute Frau mich nicht darauf angesprochen hätte. Zwölf Euro Umsatz gemacht, nicht „passiert“! Der Beispiele gibt es viele, aber wir brauchen Tausende! Täglich! Im gesamten Handel!

Viele Verkäuferinnen und Verkäufer trauen sich nicht, den Kunden auf Zusatz-Angebote hinzuweisen. „Das kann man doch nicht machen!“ Woher wissen Sie das?

Also gilt es, die Damen und Herren, die sich für eine verkäuferische Tätigkeit entschieden haben, zu ermutigen! Von früh bis spät! Ermutigung zum Verkaufen tut not! Die Kunden kaufen gerne mehr. Und sie belohnen verkäuferisches Engagement! Und sie kommen wieder.

Ein Einwand, den ich häufig höre: „Ja, aber man darf doch nicht aufdringlich sein! Viele erklären ihre Passivität im Verkauf mit vermeintlicher Seriosität und Unaufdringlichkeit. Aber: Zwischen gar nichts tun und Aufdringlichkeit liegen Welten des Probierens. Wer zu weit geht, bekommt sicher das entsprechende Feedback. Aber bevor Sie zu weit gehen mit Ihrer verkäuferischen Aktivität, gehen Sie doch erst einmal den ersten Schritt!“

# Die Kiosk-Bestseller der Woche!

**Premium für mehr Profit!**

1	Der Spiegel	75.22
2	Stern	53.97
3	Bunte	52.03
4	tv 14	50.82

**6**



**48.21\***

**11**



**35.87\***

5	TV Movie	40.79
6	Neue Post	48.21
7	Bild der Frau	38.79
8	Das Neue Blatt	35.87
9	Comix Bild	36.12
10	TV Spielfilm	25.59
11	Die Zeit	25.27
12	tv Hören und Sehen	23.97
13	Freizeitwoche	21.72
14	Auto Bild	28.68
15	TV Direkt	28.36
16	InTouch	27.57
17	die aktuelle	26.25
18	tina	25.45
19	Focus	19.23
20	Sport Bild	19.07
21	in Das STAR & STYLE Magazin	18.86
22	Funk Uhr	18.54
23	Freizeit Spass	18.30
24	Brigitte	18.18
25	TV Digital	17.23
26	kicker	16.90
27	Frau im Spiegel	16.26
28	Neue Woche	16.19
29	Fernsehwoche	15.79
30	Micky Maus	15.28

**39**



**13.44\***

31	Frau im Trend	12.27
32	Lisa	12.10
33	InStyle	11.04

Quelle: IWW-Reporting 3/10

\*Bruttoumsatz in Mio Euro p.A.

*Hohe Gewinne wöchentlich:*



MAGAZINE FÜR MILLIONEN

NEUE POST | DAS NEUE BLATT | DAS NEUE