
Kaufhaus Schocken: Wahrzeichen der Moderne?

2c Kundenbetreuung

Die Schocken Brüder hatten früh erkannt, dass man, wenn man ein Kaufhaus zum Erfolg führen wollte, der Kundenbetreuung besondere Aufmerksamkeit schenken musste. Daher legten sie ihre Grundsätze der Kundenbetreuung in fünfzehn Leitsätzen fest. Diese wurden jedem neuen Mitarbeiter durch andere Mitarbeiter vermittelt und auch schriftlich festgehalten. Sowohl der Kaufkraft der Kunden als auch dem rücksichtsvollen Verhalten der Verkäufer galt ihre besondere Aufmerksamkeit, weil sie die Zufriedenheit der Kunden wünschten.

Bereits im zweiten Leitsatz - so wichtig war den Brüdern Schocken dieser Punkt – beschäftigten sie sich mit der sozialen Lage der Kunden. Ihnen war bewusst, dass der Verkäufer mehr als bei vielen anderen Berufen direkt auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen hat, weil er eine Vermittlerposition zwischen den Warenproduzenten und den Käufern einnimmt. Das Kaufhaus Schocken sollte nicht nur Luxuswaren für Reiche anbieten und verkaufen, sondern man war sich der geringeren Kaufkraft vieler Menschen bewusst. Ausdrücklich wiesen die Leitsätze der Gebrüder Schocken deshalb darauf hin, dass die Menschen sich sorgenvoll zwischen Ausgaben für Lebensunterhalt, Kleidung und Hausrat entscheiden mussten und immer das dringendste Bedürfnis wählen würden. Sie warnten davor, dass ein falscher oder ungünstiger Kauf das Wohlergehen der Käufer für Wochen oder Monate beeinträchtigen könnte, was wiederum dem Kaufhaus schaden würde. Salman und Simon Schocken waren davon überzeugt, dass die Aufgabe eines Verkäufers bei der Beratung der Kunden grundsätzlich von der Beschaffenheit der Ware und der Einstellung der Käufer abhängen sollte. Sie waren sich bewusst, dass die Käufer im Kaufhaus Schocken keine zurückhaltenden Erstkäufer waren, sondern Menschen, die die Produkte des Kaufhauses bereits kannten und schätzten. Sie bildeten für den Konzern eine treue Anhängerschaft, hatten die Leistungen des Hauses erprobt und gute Erfahrungen gemacht. Deswegen musste ein junger Verkäufer berücksichtigen, dass so mancher Kunde die Ware vielleicht sogar besser kannte, als er selbst.

Jeder Verkäufer habe aber beim Verkauf die Sicherheit eines gepflegten Warenlagers, aus dem die Waren angeboten würden. Er könne auf fünfundzwanzig Jahre Erfahrung des Kaufhauses aufbauen und sich sicher sein, dass jedes Angebot

5 gemäß den Leistungen der Industrie und der Überwachung des Marktes eingekauft wurde. Die Waren wären die besten im Preis-Leistungs-Verhältnis und damit die ideale Voraussetzung für die sachliche und gute Arbeit des Verkäufers.

In einem weiteren Leitsatz gehen die Gebrüder Schocken auf das grundsätzlich freundliche Verhalten der Verkäufer gegenüber den Käufern ein: Niemand soll bevorzugt werden, sondern jeder muss die gleiche Aufmerksamkeit erhalten, egal ob es sich um einen großen oder einen kleinen Einkauf handelt. Dies wird direkt damit begründet, dass kleine Einkäufe bei Zufriedenheit der Kunden eher zu weiteren Einkäufen führen. Ein zufriedener Kunde, der wiederkommt, ist für das Warenhaus das Wichtigste.

10 In einem letzten Leitsatz geht der Konzern Schocken auf die besondere Rolle der weiblichen Angestellten ein. Nach Meinung der Gebrüder Schocken bringen junge Mädchen und Frauen eine besondere Gabe für den Verkauf mit. Ihnen liegt es in besonderem Maße, Kunden sachgerecht zu beraten und zu betreuen.

Verfasser: Stefanie Neidhardt, frei nach Schocken-Hauszeitung, Juli/August 1926, in: Das Kaufhaus Schocken im Jahre 1926. Vorträge, Ansprachen und Leitsätze aus früheren Schocken-Hauszeitungen, Nürnberg 1952, S. 26-30.

Aufgaben

1. Stelle dar, wie das Kaufhaus Schocken mit seinen Kunden umgehen möchte.
2. Erkläre, inwiefern der Schreiber der Leitsätze auf soziale Ungleichheiten bei seiner Klientel eingeht.
3. Erörtere, inwiefern das Kaufhaus Schocken in Stuttgart als modern betrachtet werden könnte.