

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 134 (2008)
Heft: 4: Ein Tag im Leben

Artikel: Mitgehört : neue Verkaufsgespräche
Autor: Stricker, Ruedi / Kühni, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-599993>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

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

Mitgehört

Neue Verkaufsgespräche

Ruedi Stricker

Wer geschickt einkauft, spart Zeit und Geld

«Was kostet ein Lendenschurz?» – «Kommt aufs Material an.» – «Was hat ‹Laufende Nase› denn für Material?» – «Bärenfell, Hirschleder, Schweinsblase, Fischhaut, was das Herz von ‹Plätschernder Brunnen› begeht. Für wen ist er denn?» – «Für ‹Stinkende Pferdedecke›, den Mann von ‹Plätschernder Brunnen›. Später vielleicht für den ganzen Stamm der Apatschen. Was kostet denn nun so ein Schurz aus Fischhaut?» – «Acht mal zehn Gänseeier.» – «Das ist ‹Plätschernder Brunnen› aber zu viel. ‹Stinkende Pferdedecke› wäre auch mit Hirschleder zufrieden.» – «Laufende Nase› will ‹Plätschernder Brunnen› ein gutes Angebot machen: Fünf mal zehn Gänseeier für das Modell aus Hirschleder.» – «Also gut, abgemacht. Der Stamm der Apatschen hat aber keine Gänse, sondern Hühner.» – «Fünf mal zehn Hühneier für einen Luxusschurz aus Hirschleder?» – «Laufende Nase› war doch einverstanden. Was kann ‹Plätschernder Brunnen› dafür, wenn Manitou alle Gänse der Apatschen vor drei Sonnenwenden in die Ewigen Fressgründe geschickt hat?» – «Also gut, dann sei es so.» – ‹Plätschernder Brunnen› dankt ‹Laufender Nase› für die-

se Weitsicht und wird den Schurz gleich mitnehmen. ‹Laufende Nase› wird die Eier bekommen, sobald sie gelegt sind.»

E-Commerce – oder: Der Kunde soll auch was leisten

«Guten Tag, Herr Hangartner!» – «Ich heiße Oberhänsli. Was kann ich für Sie tun?» – «Ihre Telefonistin wollte mich mit Herrn Hangartner verbinden.» – «Er ist grad in einer Sitzung. Kann ich Ihnen weiterhelfen?» – «Ja, ich brauche ein Passwort für das Login auf Ihrer Website.» – «Ja, da ist schon Herr Hangartner zuständig.» – «Wann kommt er denn zurück?» – «Wenn ich das wüsste! Sie sind nicht der Erste, der hier anruft. Heute will alle Welt Passwörter haben. Aber das ist immer so vor einem Fussballspiel.» – «Aber was soll ich jetzt machen, ich brauche die Tickets dringend.» – «Schicken Sie doch eine E-Mail an hhangartner@ticketverkauf.com.» – «Glauben Sie denn, dass ich das Passwort noch heute bekomme?» – «Das wird knapp. Welches Spiel möchten Sie denn sehen?» – «Das gegen Leeds, übermorgen. Könnten Sie Herrn Hangartner bitten, nach der Sitzung zurückzurufen?» – «Wir können hier leider nur eingehende Telefonate bearbeiten.» – «Das ist aber blöd.

Ich habe meiner Freundin versprochen, dass wir an dieses Spiel gehen. Ihr Schwager ist bei Leeds Verteidiger.» – «Aber wieso wollen Sie denn unbedingt die Tickets auf unserer Website kaufen, wenn es so pressiert?» – «Geht das denn auch anders?» – «Ja, telefonisch.» – «Das hätten Sie mir auch früher sagen können. Wo kann man denn telefonisch bestellen?» – «Bei mir.»



Nikafaktor

Was für ein Kunde sind Sie?

Ihnen ist es wahrscheinlich egal, was für einen Eindruck Sie im Geschäft hinterlassen. Doch aus dem Blickwinkel einer Verkaufskraft lassen sich aufschlussreiche Informationen über Ihr Wesen ableiten: Kreuzen Sie an und erkennen Sie sich selbst!

Punkte

- Ich kenne keine einzige Verkäuferin in irgendeinem Geschäft mit Namen. 0
 - Junge und übergewichtige Kassiererinnen arbeiten langsamer als drahtige ältere. 2
 - Gaby und Frau Müller bedienen mich immer freundlich. 4
 -
 - Ich brauche keine Menschen im Geschäft, Scanner-Kassen genügen mir. 0
 - Ich brauche Bedienung nur, wenn ich etwas nicht finde. 2
 - Ich brauche Menschen im Geschäft, denen ich meine Sorgen erzählen kann. 4
 -
 - Eine Warteschlange vor einer Kasse macht mich aggressiv. 2
 - Warten muss sein, sonst müsste mehr Personal her und alles würde teurer. 2
 - Ich suche beim Warten das Gespräch. 4
 -
 - Ich bücke mich gerne im Geschäft, denn unten steht das Billigere. 0
 - Verkaufspragmatik ist mir egal, ich kaufe nur das, was ich brauche. 2
 - Ich lasse mich gerne persönlich beraten und kaufe danach ein. 4
 -
 - Rabattmarken finde ich unnötig und doof. 0
 - Rabattmarken verschenke ich an die Nächsten hinter mir. 2
 - Rabattmarken sind ein Mittel, sich hier und da etwas Besonderes zu leisten. 4
 -
- Die Lösung:**
- 0-4 Punkte:** Sie sind der klassische Aldilidlnorma-Typ: unpersönlich, unengagiert, nur auf den Preis aus.
- 6-10 Punkte:** Sie sind der Denner-Typ: kein Durchgang ist Ihnen zu eng, keine Ware zu hoch gestapelt, kein Wochenangebot, das Sie nicht nutzen.
- 12-16 Punkte:** Sie sind der Migroscoop-Typ: preisbewusst, auch wenn Sie wissen, dass es woanders günstiger ist, müssen Sie hin, um gesehen zu werden und nicht negativ in der Nachbarschaft aufzufallen.
- 18-20 Punkte:** Sie sind der Einzelhandelvolg-Typ: Preise sind sekundär, Sie sagen, in welchem teuren Spezialgeschäft Sie einkaufen und haben einen Aufkleber am Briefkasten «Werbung unerwünscht».
- Wolf Buchinger*