

BILLIGEINKAUF

LEICHT GEMACHT

Das meiste Geld kann man beim Einkaufen verdienen

Viele Menschen versuchen stets, mehr zu verdienen, also ihre Einnahmen zu erhöhen mit dem Ziel, reich zu werden oder um ganz generell ihr Auskommen zu sichern.

Sicher ist es richtig, für mehr Einkünfte zu sorgen. Letztlich ist es aber genauso wichtig, bei den Ausgaben so zu verfahren, dass mehr übrig bleibt.

Dieser Report hilft Ihnen genau dort. Er enthält viele Ideen und Anleitungen, um billiger einzukaufen. Einige der Vorschläge sind recht ungewöhnlich. Man braucht manchmal schon etwas Mut und Ueberwindung, um zu "handeln" oder um sich "Zeit zu lassen, bis der Verkäufer nachgibt".

Der Report enthält aber auch die Adressen von einigen Bezugsquellen, die Ihnen ermöglichen, teilweise viel Geld beim Einkauf zu sparen. Testen Sie diese Quellen. Versuchen Sie, weitere günstige Bezugsquellen zu ermitteln.

Die ständige Suche nach neuen Einkaufsmöglichkeiten für private oder geschäftliche Zwecke ist nicht nur profitabel, sondern kann auch recht abenteuerlich sein. Sie werden staunen, wieviel manchmal an Rabatten möglich ist.

Das meiste Geld kann man beim Einkaufen verdienen. Das haben schon viele Leute festgestellt, vielleicht auch Sie. Wenn es Ihnen gelingt, z.B. beim Möbelkauf durch einstündiges Verhandeln einen Rabatt von 500.-- DM auszuhandeln, so entspricht dies etwa dem fünffachen Gehalt eines Direktors. Schneller kann man sein Geld wirklich nicht verdienen.

Viel Erfolg beim "günstigen Einkaufen".

Wo und wann Sie am besten einkaufen

Zum Leidwesen der kleinen Läden muss man sagen, dass Sie in den Supermarktketten besser und preisgünstiger einkaufen als im Geschäft an der Ecke. Andererseits liegen manche Grosshandelsmärkte und Einkaufs-Center aber meist außerhalb der City.

Auf den eigentlichen Einkaufspreis müssen also noch die Fahrtkosten geschlagen werden. Am besten halten Sie deshalb auch Ausschau nach einer Tankstelle auf dem Supermarktgelände. Dort ist in der Regel das Benzin einige Pfennige billiger als an anderen Zapfsäulen.

Wenn Sie in der Nähe einer Grenze wohnen kann ein Sprung ins Nachbarland von Vorteil sein. Manchmal sind die Waren dort billiger als bei uns. Hier ein paar Beispiele von interessanten Waren, auf die Sie achten sollten:

Belgien:

Zigaretten, Schokolade, Kaffee, Antiquitäten, Brüsseler Spitze.

Dänemark:

Kerzen, Möbel, Ton-, Zinn-, Kupfer- und Porzellanwaren, Textilien.

Frankreich:

Weine, Stoffe, Zinn- und Kupfergeschirr, Glas- und Kristallwaren.

Niederlande:

Kaffee, Tee, Kunstartikel, Schokolade, Süßigkeiten, Zigaretten.

Österreich:

Trachten, Lodenmäntel und -jacken, Holzschnitzereien, Rum.

Schweiz:

Zigaretten, Schokolade, Pralinen, Uhren, Schmuck, Stickereien.

Wieviel Waren Sie zollfrei einführen dürfen, erfahren Sie (auf der Hinfahrt) an der Grenze oder beim Fremdenverkehrsbüro des jeweiligen Landes. Erst der Preisvergleich lässt erkennen ob und wieviel Geld Sie wirklich sparen.

Raucher, sofern sie sich aus Kostengründen das qualmende Hobby nicht ganz abgewöhnen wollen, können manche Mark sparen, wenn sie Oma, Opa, Tante, Freunde und Nachbarn ins Auto packen und mit auf den Trip ins Nachbarland nehmen.

Jeder darf eine Stange billige Zigaretten zollfrei einführen. Oft liegt die Ersparnis einer solchen Reisegruppe durch einen solchen legalen Einkauf bei 50 bis 100 Mark. Das gilt auch für Spirituosen und andere Artikel.

Beim Einkauf in den "Duty-Free-Shops" (steuerfreien Läden) der internationalen Flughäfen muss man nicht immer billiger als in Verbrauchermärkten oder Discountläden kaufen. Das "zollfrei" gilt in erster Linie für die Verkäufer. Ob diese den Preisvorteil auch wirklich ganz weitergeben steht auf einem anderen Blatt.

Es gibt unter den Duty-Free-Shop-Waren zum Teil erhebliche Preisunterschiede. Das Wirtschaftsmagazin "Capital" hat einmal einen Preisvergleich zwischen den einzelnen Duty-Free-Shops durchgeführt. Danach ist der Verkaufsstand im Amsterdamer Flughafen Schiphol am preiswertesten. Französischen Cognac, Davidoff-Zigarren und Eau de Cologne kauft man dagegen am Frankfurter Flughafen günstiger.

In den Duty Frees in London und Paris waren die Angebote am teuersten. Eine Preisliste der in Amsterdam vorrätigen Waren können Sie sich vor Einreise entweder direkt bei der Adresse

Ship Side, Postbus 7568, NL - 1118 ZH Schiphol Airport D, Niederlande - oder im Büro der

KLM, Sendlinger Strasse 37/I, 80331 München 2 besorgen.

Uebrigens kann man am Flughafen Amsterdam sogar "steuerfreie" Autos kaufen. Lassen Sie sich darüber von der niederländischen Adresse informieren.

Kaufen Sie so wenig wie möglich ein. Dadurch vermeiden Sie, dass Sie immer wieder in die Versuchung der verschiedenen Warenangebote kommen. Denken Sie an das Sprichwort: "Steter Tropfen höhlt den Stein." Etwas, was man oft als lockendes Angebot vor sich sieht, wird am Ende die Abwehrkräfte lähmen und schliesslich zum Kauf treiben.

Die günstigsten Einkaufstage sind Mittwoch und Donnerstag. In der Mitte der Woche sind die Läden leerer und die Regale sorgfältiger gefüllt. An diesen Tagen locken die Händler besonders mit speziellen Angeboten. Obst und Gemüse ist montags am günstigsten im Preis, wenn der Überschuss vom Wochenende abgesetzt werden muss. Andere Waren sind vor Ansetzung einer Inventur preisgünstig.

Wie Sie die Verkaufstricks durchschauen

Schon manche Hausfrau hat sich darüber geärgert, dass sie im Supermarkt nur eine Kleinigkeit einkaufen wollte und dann doch mit einer Einkaufstasche voller Waren heimkehrte. Damit wurde sie ein Opfer der mancherlei Verkaufstricks, die von den Werbestrategen der Unternehmen mit Erfolg an ihr ausprobiert wurden.

Was nur wenige wissen: Ein ganzer Berufsstand lebt davon, Verkaufstips und -tricks zu entwickeln, mit denen den Leuten das Geld aus der Tasche gelockt werden soll. Da das Sparen - bzw. der Billigeinkauf - aber schon damit anfängt, dass man sein Geld mit wachenden Augen ausgibt, ist es unabdingbar, dass man sich einmal mit den verschiedenen psychologischen Kaufanreizen auseinandersetzt.

- Fertigen Sie sich bereits daheim eine Einkaufsliste an. Die meisten Ausgaben geschehen durch Spontankäufe. Wer aber nach Gefühl einkauft und seinen Augen und Ohren freien Spielraum lässt, wird schnell von den verschiedenen Reizen gefangengenommen.

- Halten Sie sich an Ihre sorgfältig ausgearbeitete Liste und nehmen Sie nach Möglichkeit nur soviel Geld mit, wie Sie tatsächlich benötigen. Viel Geld in der Tasche verleitet zur Leichtsinigkeit. Lassen Sie auch Kredit- und Scheckkarte daheim. Man kann kein Geld verplempern, wenn man keins mehr bei sich hat oder nicht darüber verfügen kann.

- Vergleichen Sie die Preise von Sonderangeboten. Wenn Sonderangebote offeriert werden, empfiehlt sich ein Preisvergleich. Lockangebote hält jeder Supermarkt bereit. Vergleichen Sie deshalb die Inserate in den Tageszeitungen, Werbeprospekten und die aktuellen Marktberichte.

Machen Sie es sich zur Angewohnheit, an Sonderangeboten aber auch mal vorbeizugehen, wenn Sie sie nicht brauchen. Was nützt Ihnen zum Beispiel ein Sonderangebot Katzenfutter, wenn Sie keine Katze haben?

- Grosspackungen werden von den meisten Kunden als besonders preisgünstig eingeschätzt. Hierbei sollte man sich aber nicht blenden lassen. Abgesehen von sogenannten "Mogelpackungen" zeigt sich beim Umrechnen der oftmals bewusst krumm angegebenen Preise und Gewichte, dass Sie sich mit kleineren Packungen eigentlich besser stehen.

Das trifft besonders dann zu, wenn etwa bei grösseren Packungen das Produkt schneller alt wird, zu üppig verbraucht wird oder der Bedarf gering ist. Nehmen Sie sich ruhig einen kleinen Taschenrechner mit und checken Sie durch, was Ihnen das Produkt bei einer grossen und einer kleinen Mengenabnahme kostet.

- Ein Kunde kauft dann am meisten, wenn es ihm besonders leicht gemacht wird. Das fängt schon bei den Einkaufswagen an. Manch einer kauft nur deshalb soviel, weil sich alles so leicht in das Gefährt packen lässt. Andere wieder schämen sich, wenn sie in dem riesigen Wagen nur 2-3 Teile liegen haben und nehmen dann "anstandshalber" noch ein paar andere Waren mit hinzu.

Genau das ist aber mit den bequemen Einkaufswagen beabsichtigt. Wenn Sie die Wahl zwischen Einkaufswagen und Einkaufskorb haben, wählen Sie einen Einkaufskorb, da passt nicht soviel rein und die Kauflust nimmt mit der Last des Korbes ab.

- Achten Sie auf Artikel, die in Augenhöhe liegen. Da ist besonders verführerisch etwas mitzunehmen, was man eigentlich gar nicht braucht. Zudem sind dort postierte Waren in der Regel teurer als an versteckteren Plätzen. Schauen Sie also ruhig einmal in die oberen und unteren Regale und Reihen. Die dort stehenden Produkte sind oft gleichwertig, aber billiger.

- Lassen Sie nach Möglichkeit Ihre Kinder beim Einkauf daheim oder wenn es nicht anders geht und sie mit Ihnen gehen müssen, achten Sie auf die Kleinen. In den für Kleinkinder passenden Regalen liegen die meisten Süßigkeiten und Kleinspielzeuge nicht etwa aus Zufall.

Manches Produkt wurde schon von einer flinken Kinderhand ergriffen und - um des Friedens willen - mitgenommen.

- Auch wenn besonders grosse Preisschilder auf Artikel aufmerksam machen, muss das noch lange nicht bedeuten, dass es sich hierbei um Sonderangebote handelt oder die Waren preisgünstiger sind. Ganz im Gegenteil dienen grosse, bunte Hinweis- und Preisschilder oftmals dem besonderen Kaufanreiz für Artikel, die im Vergleich zu anderen sogar teurer sind.

- Lassen Sie sich nicht von grossen Mengen beeindrucken. So, wenn ein riesiger Berg Schokolade, Gebäck oder irgendeine andere Ware aufgetürmt wurde. Hier soll das Produkt für sich selbst werben und suggerieren, damit viele Leute den Artikel kaufen - warum also nicht auch Sie? Meistens finden Sie die gleichen Waren im Verkaufsraum selbst noch einmal, dann aber unscheinbar in einem Sammelregal.

- Lassen Sie sich nicht durch "Verknappung" der Ware verleiten. Gerne wird der uralte Verkaufstrick angewendet, bei dem der Verkäufer lauthals verkündet, dass man nur noch wenige Exemplare eines ganz bestimmten Artikels hat.

Hierbei soll das Verlangen geweckt werden "schnell" noch ein Stück zu ergattern, obwohl vielleicht eine halbe Stunde später bereits eine neue Ladung des ach so knappen Produkts aufgetischt wird. Dieser Verknappungstrick wird nicht nur im Kaufhaus angewendet, sondern auch von Staubsaugervertretern und Versicherungsverkäufern.

- Vergleichen Sie die sogenannten "Markenartikel" mit anderen Produkten ohne oder mit einem weniger bekannten Namen. Bei den bekannten Marken zahlen Sie meistens deren Werbung mit, während die unscheinbaren Namen oft noch besser sind als die teuren Marken. Das haben die Testergebnisse der Verbraucherorganisationen wie auch die der Stiftung Warentest schon des öfteren ergeben.

- Seien Sie misstrauisch, wenn eine Ware mit dem Hinweis "nur" DM .xx... angeboten wird. Dieses "nur" ist meistens teurer als der normale Preis für den Artikel. Das trifft auch für "empfohlene Richtpreise" zu. Ein solcher Preis ist immer überhöht, damit der Händler noch die Möglichkeit hat, durch eigene Preisabstriche besonders günstig dazustehen.

- Lebensmittel im Ur- bzw. Naturzustand sind immer preiswerter als bearbeitet, gemahlen, gemixt, gekocht und schön bunt verpackt. Die so vorgefertigten, mundgerecht verpackten Artikel dienen nur der Bequemlichkeit. Hierbei spielt der psychologische Aspekt eine wesentliche Rolle.

"Einfach ins kochende Wasser werfen" heisst es dann, oder: "Im Handumdrehen fertig!" Dabei kostet der Käse, den man selber schneidet meistens weniger Zeit als der, bei dem man sich mit der Folie von einzeln, maschinell verpackten Scheiben herumschlagen muss. Das gleiche gilt für Fleisch, Geflügel, Obst und Gemüse.

- Lassen Sie sich nicht von exotischen Bezeichnungen verleiten. Werbefachleute geben manchen Produkten phantasievolle Namen, obwohl ein Kalifornischer Schlemmerbraten genauso nur aus Rindfleisch ist wie ein Stück ohne diesen Namen. Das trifft auch auf "sonnensaftige Pfirsiche" oder die "Schokolade für die glücklichen Stunden zu zweit" zu.

Meistens identifiziert sich der Käufer mit dem Produkt und glaubt nachher nur noch eben diese Namensartikel kaufen zu müssen. Dabei schlägt sich die verheissungsvolle Werbebotschaft leider meistens nur auf den Preis nieder und weckt die Neugier der Leute.

- Alkoholische Getränke kauft man am besten nicht nach dem Etikett, sondern nach dem Geschmack. Sofern man kein absoluter Weinkenner ist, trinkt man Perl- und Prickelwein genauso gern wie teuren Champagner, von dem manch einer schon herb enttäuscht wurde, obwohl er einen "stolzen Preis" dafür bezahlte. Wein-Hausmarken lassen sich oft von teuren Markenweinen kaum unterscheiden.

Und doch beträgt der Preisunterschied hierfür manchmal bis zu 150 Prozent. Demjenigen, der meint, dass es solche Unterschiede bei der gleichen Qualität nicht geben könne sei verraten, dass die Weine oft von der gleichen Herstellerfirma kommen und lediglich das Etikett eine bessere Qualität vortäuscht. Will man einen solchen preiswerten Wein auch einmal statusbewussten Gästen kredenzen, kann man es so machen wie die Gaststätten und das Getränk in eine Karaffe umgefüllt einschenken.

- Gut beleuchtete Verkaufstische bergen nur selten preisgünstige Angebote. Hier soll die positive Stimmung verkaufen helfen. Befinden sich die Waren zudem auch noch in einer besonders harmonischen Anordnung, können Sie von einem teuren Preis ausgehen. Bei den billigen Sachen macht man sich meistens nicht so viel Mühe mit dem Aufbau.

- An den sogenannten "Wühltischen" sollten Sie zweimal hinschauen, bevor Sie etwas mitnehmen. Oft werden gezielt teurere Waren mit den preiswerten zusammengepackt. Während die billigen schnell "vergriffen" sind, finden die teureren schliesslich auch ihre Abnehmer. Ein uralter Trick, der dessen ungeachtet noch immer zieht.

- Achten Sie auch einmal auf folgenden Trick: Da bietet eine Verkäuferin laufend teure Blusen zum Preis von 100 und 150 Mark an und verweist auf Qualität und andere Vorzüge. Plötzlich zieht sie ein Stück für "nur" 60 DM aus dem Stapel - und die Kundinnen sind

begeistert. Nachdem die Sachen zuerst zu überhöhten Preisen offeriert wurden, muss der "normale Preis" geradezu als Ramschpreis erscheinen.

So verkauften einmal zwei Obsthändler Bananen und andere Früchte. Der eine zu einem anscheinend Wahnsinnspreis, der andere - etwa 20 Meter weiter - ca. 50 Prozent billiger. Beide waren Brüder und gehörten zusammen. Durch die überhöhten Preise des einen, strömten die Kunden zum anderen Stand und kauften wie toll. Abends zogen beide in die gleiche Richtung heim, nachdem heimlich und unbemerkt kurz vor Toresschluss die Waren des teuren mit denen des billigen Händlers vermischt worden waren.

- Hüten Sie sich vor Regalen, die unmittelbar vor den Kassen aufgestellt sind. Zwar finden sich dort meistens nur kleine Mitbringsel wie Zigaretten und Süßigkeiten. Doch sie sind ganz bewusst dort placiert, damit der in der Schlange wartende Kunde, schnell noch einen Griff in das letzte Regal wagt. Hier werden oft noch bis zu 20 Prozent des Umsatzes erzielt.

- Die meisten Menschen wenden sich beim Betreten eines Raumes zuerst nach rechts. Genau dort stehen dann auch die teuersten Artikel. Dabei sollen die Dekoration und Aufmachung helfen, Ihre Augen gefangenzunehmen.

- Mitteltische und -stände sind mit Absicht dort aufgestellt, um den Lauf eines eintretenden Kunden zu bremsen. Hier soll man erst einmal stehenbleiben, um Waren, die woanders preiswerter sind, möglichst sofort in den Korb zu packen.

- Ein interessanter Werbe- und Verkaufstrick ist es, zwei Artikel kombiniert anzubieten. So findet sich denn neben dem Saft auch das passende Gläser-Set, bei den Turnschuhen liegen die Trainingsanzüge und neben den Fertiggerichten kann man nicht selten Kochtöpfe aussuchen.

Manchmal sind die Waren so verpackt, dass man sie nur paarweise oder dutzendweise kaufen kann. Ueberlegen Sie, ob Sie eine so grosse Einheit brauchen und lassen Sie sich nicht vom scheinbar günstigeren Preis beeindrucken, wenn Sie die Sachen absolut nicht brauchen.

- Sanfte Hintergrundmusik wird von den Musikproduzenten gezielt auf den Gebrauch in Supermärkten abgestimmt. Sie soll den Käufer beschwingt stimmen und somit leichter zum Kauf anregen. Lassen Sie sich also nicht so sehr von Ihren Gefühlen leiten, sondern kaufen Sie nur nach Liste genau das, was Sie auch benötigen.

- Gehen Sie nie mit hungrigem Magen einkaufen. Das verleitet zum Mehrkauf von Süßigkeiten und Nahrungsmitteln.

Der Geflügeltrick

Manch eine Hausfrau hat sich schon darüber gewundert, dass die scheinbar so wunderschönen Gänse, Hühner oder Puten, daheim nicht gar werden wollen, obwohl der Preis durchaus hoch genug war. Wenn Sie eine garantiert frische Gans einkaufen wollen, gehen Sie demnächst ins Feinkostgeschäft und bitten den Verkäufer, Ihnen die "ältesten" Gänse vom Gestänge herauszusuchen.

Er wird sich vielleicht erst etwas wundern, aber sicher Ihrem Wunsch entsprechen, in der Hoffnung, seine älteren Exemplare loszuwerden. Sie aber bitten ihn dann, von den Gänsen die hängengeblieben sind, Ihnen eine zu geben, weil diese dann garantiert frisch sind. Dieser Trick funktioniert auch mit "teuren" und "billigen" Gänsen.

Schenken Sie Gutscheine

Besonders vor Weihnachten drängen sich die Käufer in den Geschäften. Das wird dann meistens zu kräftigen Preiserhöhungen benutzt. Es ist eine alte Tatsache, dass, wenn die Nachfrage steigt, auch die Preise nach oben schnellen.

Sie können dem begegnen, wenn Sie statt der teuren Geschenke, die Sie Ihren Lieben auf den Gabentisch legen wollen, lieber einen Gutschein über eben dieses Geschenk (oder den Gegenwert in Geld) überreichen.

Nach den Feiertagen, wenn der Festtagstrubel vorüber ist, sinken die Preise meistens schlagartig. Grund für diese Massnahmen ist zum einen zwar die Rückkehr zum normalen Einkaufspreis, zum anderen aber will man wegen der bevorstehenden Jahresbilanz möglichst für die Inventur die Lager geräumt haben.

Einkauf "ab Werk" und im Grosshandel

Geschäftsleute, die es eigentlich gar nicht nötig hätten, bekommen manche Artikel des täglichen Bedarfs genauso verbilligt, wie die Waren, mit denen sie vielleicht handeln. Haben Sie einen Bekannten oder Verwandten, der auch mal für Sie ein paar Waren mit einkaufen könnte oder Sie mit in den Grossmarkt nimmt?

Scheuen Sie sich nicht, Ihr Begehren vorzutragen, denn die kleine Anfrage kann mitunter einen Einkaufsrabatt von vielen Prozenten wert sein.

Früher rieten Verkaufsberater dazu, sich einfach proforma ein Gewerbe eintragen zu lassen, um mit dieser Anmeldung ausgerüstet bei den Grosshändlern die so begehrte Einkaufsberechtigung anzufordern. Das gelingt indes heute kaum noch, da die Manager dieser Firmen schon bald einen Kontrolleur ins Haus schicken, der überprüfen soll, ob man denn nun auch tatsächlich ein Gewerbe betreibt.

Besonders kleinliche Anbieter gewähren nicht einmal dann die Einkaufsvergünstigung, wenn zwar ein Gewerbe besteht, Sie aber "nur" Bücher oder "Schreibwaren" vertreiben, und trotzdem im Grossmarkt Lebensmittel einkaufen wollen.

Einige dieser Hürden können Sie jedoch umgehen, wenn Sie sich per Post an die verschiedenen Unternehmen wenden. So sind manche Firmen sogar bereit, ihre Produkte - sofern es sich nicht gerade um Lebensmittel handelt - sogar ab Werk zu liefern, wenn Sie diese auf einem ordentlichen Geschäftsbriefbogen anfordern.

Das trifft besonders für Firmen zu, die in den verschiedenen Fachzeitschriften inserieren und ihre Waren anbieten. Manche verlangen zwar Mindestabnahmen, andere aber eben nicht. Wieder andere liefern zumindest Muster gegen einfache, verbilligte Berechnung.

Sie finden jede Woche neu solche Angebote in den beiden Fachblättern

Handelsmagazin
Postfach 4707, 30179 Hannover 1, Tel. 0511-674 08-32

Zentralmarkt
Rob. Koch Str. 34, 97080 Würzburg, Tel. 0931-2 10 46

Fordern Sie sich zunächst je ein Musterexemplar an, das Ihnen anstandslos geschickt wird und stellen Sie eine Insertion in Aussicht. Sofern Sie dann wirklich für 35 bis 40 DM eine kleine Anzeige aufgeben, erhalten Sie bis zu einem Jahr die Blätter kostenlos, die sonst über 90 DM (HM) bzw. 70 DM (ZM) kosten.

Minipreis-Einkauf bei der Bundeswehr

- Ein Kilo Cervelatwurst für DM 9,89
- Tilsiter Käse für DM 6,69 das Kilo

- 250 gr. Mehl für 38 Pfg.

Das hört sich an wie ein Traum! Doch diese Angebote gibt es mit kleinen Abweichungen wirklich! Allerdings kennen nur wenige Eingeweihte diese tollen Einkaufsquellen, denn abgegeben werden die Waren von den jeweiligen Standort-verwaltungen der Bundeswehr im gesamten Bundesgebiet.

Hierfür lesen Sie natürlich nirgends Werbeanzeigen und es gibt auch keine Reklameschilder vor der Tür der Verteilerstelle. Trotzdem: Alle Standortverwaltungen verkaufen halb- oder vierteljährlich die eingelagerte Krisenverpflegung. Die steht immer bereit, wenn im Ernstfall plötzlich Reservisten in die Kasernen gerufen werden.

Von Zeit zu Zeit muss der Überschuss dann aber verkauft werden, damit neue Ware eingelagert werden kann. Das geschieht ohne grossen Profit, fast zum Selbstkostenpreis. So sah z.B. ein Verkaufsangebot der Standortverwaltung Kiel vor einiger Zeit folgendermassen aus:

- 40 gr.-Dose Jagdwurst: DM 2,66
- Heringsfilet in verschiedenen Saucen (115 ml): 78 Pfg
- Eine Kilo-Packung Eier-Makkaroni: DM 1,91
- Rieseneimer Gewürzgurken (10'200 ml): DM 9,50
- Schmelzkäse: DM 5,99 pro Kilo
- Bratklops mit Sauce (1'500 gr): DM 6,26.

Diese Angebote sind natürlich im Moment nicht mehr aktuell und können leicht variieren, liegen aber immer etwa im Rahmen des Einkaufspreises der Firma Bundeswehr, die gleich in grossen Mengen zum Mindestpreis ordert. Allerdings: Verkauft wird der Überschuss nur an Sammelbesteller und in grossen Mengen (Wert ab 300 DM pro Einkauf). Mit kleinen Einzelkäufern gibt sich der Bund nicht ab.

Die halb- oder vierteljährlich erfolgenden Abverkäufe können telefonisch bei Ihrer nächsten Standortverwaltung erfragt werden. Die Rufnummern stehen unter der Bezeichnung "Bundeswehr, Standortverwaltung oder Standortvermittlung" im Telefonbuch.

Wo das nicht der Fall ist, hilft Ihnen sicher die Telefonauskunft weiter. Lassen Sie sich die entsprechenden Verkaufsdaten - mit Ort, Zeit, Art der Waren, zum Verkauf kommen usw.- mitteilen.

Wenn Sie selbst keine Einkäufe in dieser Grössenordnung tätigen wollen oder können, benachrichtigen Sie Ihre Freunde, Nachbarn, Betriebskollegen oder Klubfreunde und nutzen Sie mit ihnen gemeinsam die Chance, sich preiswert einzudecken.

Manche der Standortverwaltungen geben von Zeit zu Zeit auch Überschüsse anderer Artikel - wie Bundeswehrkleidung, Schuhe, Schlafsäcke, Ausrüstungsgegenstände usw. - zu günstigen Bedingungen ab.

Zwar werden diese Artikel am liebsten den teils etablierten Grossaufkäufern überlassen, aber wer verbietet Ihnen, sich auch als ein solcher Aufkäufer vorzustellen und mit den Produkten einen schwungvollen Handel anzufangen? Was Sie nicht selbst verwerten können, wird dann weiterverkauft.

Einkauf bei Behörden

Wie in dem Buch "Die grosse Verschwendung" von Willy Haubrachs zu lesen ist, können Behörden und Aemter auf Kosten der Steuerzahler grosszügige Einkäufe tätigen und "gebrauchte" Geräte und Maschinen bereits nach kurzer Zeit wieder gegen neue und bessere auswechseln.

Als Beispiel könnte folgende Darstellung dienen: "Für alle Zeiten mit Nägeln versorgt ist die Bundeswehr, nachdem sie 135 Tonnen Nägel aller Abmessungen anliefern liess. Statt 135'000 Stück schrieb man kurzerhand "Kilo". Daraufhin rollten 100'000 mal mehr Nägel an."

Solche bedauerlichen "Irrtümer" müssen dann oft "mit Schaden" wieder aus der Welt geschafft werden. Behörden stossen - damit der bewilligte Etat auch verbraucht wird - die ansonsten noch oft neuwertigen Büromaschinen, Büromöbel, Fahrzeuge und die verschiedenen Zubehöre zu Preisen ab, die weit unter dem liegen, was sonst für Gebrauchsgüter dieser Kategorien verlangt wird.

Einziger Nachteil: Fast alle der günstigen Artikel werden versteigert, d.h. Sie müssen sich als Einzelbieter oder als Gruppe an die jeweiligen Termine halten und dann dort sofort bar oder gegen Euroscheck zahlen.

Leider können Sie diese Versteigerungstermine auch nicht in jedem Fall von sich aus in Erfahrung bringen. Deshalb hat sich ein sogenannter PECE Informationsdienst gebildet, der zum Abholpreis von DM 49,- pro Monat 4 Kataloge voller Termine und Angebote verschickt.

Der wöchentlich erscheinende Katalog ist etwa 60-80 Seiten stark und informiert darüber, wo Sie derzeit bei der Bundeswehr und den ausländischen Streitkräften, beim Katastrophenschutz, bei Ministerien und Behörden des Bundes und der Länder, bei Fernseh- und Rundfunkanstalten, Kommunalbehörden, der Bundespost, Bundesbahn und Polizei, Universitäten und Hochschulen, Museen, Theatern usw. preiswert einkaufen können.

Jede Woche stehen zwischen 200 und 400 PKWs, Jeeps, Nutzfahrzeuge und Motorräder im Angebot, sowie weitere tausend sonstige Artikel. Die Palette reicht über PKWs, Kleintransporter, Kombis, LKWs, Omnibusse, Motorräder, Ersatzteile, Motoren, Boote + Zubehör, Bekleidung aller Art, EDV-Geräte, Büromaschinen, Einrichtungen, Elektronik-Fernmelde- und Lufttechnik-Geräte und Zubehör.

Ebenso wie diverse Militärutensilien, Ausrüstungen, Gross- und Kleinküchengeräte, Labor- und medizinische Geräte und Einrichtungen, Musikinstrumente, Video- und Stereoanlagen, Möbel, Paletten, Regale, Lagereinrichtungen, Werkzeuge, Foto- und Filmtechnik-Geräte bis "Sonstiges".

Zu bestellen sind diese Kataloge bei:

Peter Czekalski
Waldstrasse 14, 61194 Niddatal, Telefon (06187) 2 20 62.

Mit etwas Spürsinn und mit Hilfe der örtlichen Telefonbücher bzw. der Telefonauskunft können Sie manche der Versteigerer auch selbst herausbekommen.

Einkauf auf Versteigerungen

Durch Versteigerungen werden verschiedene Waren abgesetzt. Das sind einmal Artikel, die nach dem Konkurs von Unternehmen oder Familien unter die Leute gebracht werden sollen, das können aber auch Auktionen sein, bei denen Kunst- und Gebrauchsobjekte unter den Hammer kommen.

Versteigerungstermine stehen in der Zeitung. Schauen Sie also im Anzeigenteil bzw. unter "Bekanntmachungen" nach oder rufen Sie bei den in den Telefonbüchern angegebenen Versteigern oder Auktionatoren an.

Für eine lukrative Ersteigerung von Waren ist es nützlich, sich einige wichtige Richtlinien einzuprägen und nach Möglichkeit zu beachten:

- Nehmen Sie die Gelegenheit wahr, sich vor der eigentlichen Versteigerung die im Katalog angegebenen Artikel näher anzusehen. Es hätte beispielsweise wenig Sinn, wenn Sie einen Videorecorder oder eine elektrische Schreibmaschine ersteigern wollen, die nicht Ihren Vorstellungen entspricht oder evtl. gar einen Schaden hat. Kreuzen Sie dann erst auf dem Katalog an, was für Sie interessant ist.
- Stellen Sie Preisvergleiche mit Angeboten im Handel an. Wenn ein Artikel im Kaufhaus nicht wesentlich teurer ist als das Anfangsgebot bei einer Versteigerung, wird es zu teuer.
- Kaufen Sie nie unter Zeitdruck. In einer Auktion empfiehlt es sich, bei mehreren ähnlichen Losen, nicht gleich beim ersten zu bieten. Manche Sachen können auf Wunsch auch reserviert werden, zumal, wenn es sich um Kunstartikel handelt. Lassen Sie gegenüber den anderen Mitbietern also nie erkennen, dass Sie an einem Stück "brennend" interessiert sind.
- Denken Sie daran, dass die ersteigerten Objekte bar zu zahlen sind, d.h. gegebenenfalls per Euroscheck (bis zur Höchstgrenze). Sofern Sie nicht zahlen können, wird das Objekt auf Ihre

Kosten noch einmal versteigert, wobei Sie dann die Differenz zum zuerst erzielten Preis zu tragen haben.

- Vergessen Sie nicht, dass der Auktionator eine Gebühr für sich berechnet. Erfragen Sie deshalb vorher, wieviel Kosten anfallen. Erst dann können Sie feststellen, wie günstig Sie ein Stück erworben haben.

Billigeinkauf bei der Bundesbahn

- Ein Fahrrad für 50 Mark
- Schirme für 5 Mark
- Handschuhe für 1 Mark oder
- einen echt ledernen Koffer für 20 Mark

Wo gibt es sowas? Bei der Deutschen Bundesbahn! Dort werden jeden Monat immer zur gleichen Zeit Regenschirme, Fahrräder, Kleidung, Schmuck, Teppiche, Kameras, ja manchmal sogar Fernseher und andere Einrichtungs- und Unterhaltungsgeräte - bei den jeweiligen Fundbüros versteigert.

Zwar sind die Sachen nicht in jedem Fall brandneu, aber was auf diese Weise zur Versteigerung kommt, muss noch tadellos "in Schuss" sein. Beschädigte Artikel werden nicht angeboten.

Versteigert wird alles, was in Zügen, Schliessfächern oder auf Bahnanlagen vergessen und gefunden wurde. Da staunt man oft, was die Leute alles so liegenlassen und nicht mehr vermissen.

Wer sich einmal näher mit dieser günstigen Einkaufsgelegenheit befassen möchte, findet nachfolgend einige Angaben über die jeweils stattfindenden Versteigerungstermine und die Orte dazu (Angaben ohne Gewähr).

Hannover:

Versteigerung jeweils am 2. Dienstag im Monat in der Kurt-Schumacher-Strasse (Kellergewölbe der Expressgutabfertigung) ab 9.00 Uhr.

Wuppertal:

1. Dienstag und Mittwoch im Monat, im Bahnhof Wuppertal- Elberfeld, zwischen 9.00 und 14.00 Uhr.

Köln:

1. Freitag im Monat, ab 9.00 Uhr - am Salzmagazin.

Hamburg:

Jeden 1. Mittwoch, Donnerstag und Freitag im Monat, ab 9.00 Uhr in der Stresemannstrasse 14.

Frankfurt:

Die ersten drei Wochentage im Monat im Hauptbahnhof.

Stuttgart:

1. Montag und Dienstag im Monat, zwischen 9.00 und 12.30 Uhr in der Wolframstrasse 19 (beim Güterbahnhof).

Karlsruhe:

Jeweils am 1. Donnerstag im Monat, von 9.00 bis 14.00 Uhr im Hauptbahnhof.

München:

1. Dienstag, Mittwoch und Donnerstag eines Monats, im Fundbüro München-Hauptbahnhof, Paul-Heyse-Strasse 11.

Nürnberg:

Am 7., 8., 28. und 29. November im Fundbüro des Nürnberger Hauptbahnhofs. Die sonstigen Termine für Nürnberg müssen erfragt werden.

In den meisten anderen Gross-Städten werden ebenfalls Versteigerungen von Fundsachen durchgeführt. Fragen Sie bei Interesse bei der jeweiligen Bundesbahn-Direktion, die Ihnen dann Ort und Termin der Versteigerungen bekanntgibt.

Als kleines Beispiel dafür, wieviel man bei solchen Auktionen sparen kann: Ein dem Autor persönlich bekannter älterer Herr hatte 5 verschiedene Hochqualitäts-Schirme für zusammen 20 Mark erworben. Es soll sogar Händler von Gebrauchtwaren geben, die sich dort Artikel ersteigern, um sie dann in ihrem eigenen Geschäft mit einem entsprechenden Aufschlag weiterzuverkaufen.

Immobilien - 30 bis 40% billiger

Man kann Immobilien auf verschiedene Weise kaufen. Ueber einen Makler, das ist der teuerste Weg. Durch Studieren der Zeitungsangebote, das ist der billigste Weg, wenn man auch die Versteigerungsangebote mit einbezieht.

Leute, die pleite sind, brauchen Geld, viel Geld und - schnell. Wenn Sie also einen guten Fang machen wollen, etwas Geld erspart haben oder von Ihrer Bank ein günstiges Darlehen bekommen können, sollten Sie nach folgenden Gesichtspunkten den Kauf von Immobilien planen:

1. Lesen Sie sorgfältig die in der Tagespresse veröffentlichten Anzeigen der Amtsgerichte oder fragen Sie in den Geschäftsstellen dieser Gerichte nach zu versteigernden Objekten und Immobilien. Ausführlich informiert sein ist bereits ein Teil Ihres Gewinns.

2. Lassen Sie es nicht mit den bekanntgemachten Angaben hinsichtlich Lage, Grösse, Voreigentümer usw. bewenden, sondern sehen Sie sich das angebotene Objekt genau an und überprüfen Sie es an Ort und Stelle.

Wenn möglich, nehmen Sie Einsicht in das Grundbuch (im Grundbuchamt beim Amtsgericht) und prüfen Sie, ob eventuelle Belastungen auf dem Grundstück eingetragen sind, die der Erwerber mit übernehmen müsste. Sehen Sie auch entsprechende Gutachten unabhängiger Sachverständiger ein. Diese Unterlagen liegen beim Grundbuchamt aus.

3. Wenn Sie zu einer Versteigerung gehen, tun Sie es nicht ohne Bargeld und einer verbindlichen Zusage Ihrer Hausbank, dass sie Ihnen gegebenenfalls den fehlenden Betrag

leiht. Falls Sie nämlich die Immobilien ersteigern, müssen Sie 10% des Versteigerungspreises bar entrichten, ein Scheck wird nicht akzeptiert.

Das können Sie in den meisten Fällen natürlich nur mit Hilfe Ihrer Bank, die Ihnen für diesen Zweck die schriftlichen Bestätigungen ausstellt.

4. Es ist allgemein üblich, dass die Restsumme von 90% in der Regel innerhalb von 2 bis 4 Wochen zu entrichten ist. Geht dieser Betrag nicht rechtzeitig ein, kann man Ihnen das Objekt entziehen und erneut zur Versteigerung ausrufen. Die Differenz zwischen einem dann eventuell erzielten Mindererlös und dem von Ihnen eingegangenen Preis müsste von Ihnen getragen werden. Deshalb sollte man nie ohne Bargeld und Bankzusage zur Versteigerung gehen - erst recht nicht zur Versteigerung von Immobilien.

5. Sofern Sie alle hier aufgeführten Punkte beachten, können Sie mittels Versteigerung Ihre eigenen vier Wände etwa 30 bis 40 Prozent billiger erhalten, als wenn Sie einen Makler einschalten.

Restposten - billig und doch gut

Günstig können Sie einige Gebrauchsgüter einkaufen bei Firmen, die sogenannte Transportschäden-Waren auf- und verkaufen. Diese Waren werden teilweise aus beschädigten LKWs, Eisenbahnwaggons oder Schiffen geborgen und müssen nun mit hohen Rabatten abgesetzt werden.

Die Versicherung hat den Firmen die Schäden ersetzt und veräussert nun ihrerseits an Wiederverkäufer, um auf diese Weise noch etwas von der entrichteten Versicherungssumme zurückzuholen. Auch manche Banken veräussern von Zeit zu Zeit Waren oder als Sicherheiten übernommene Kraftfahrzeuge und Immobilien von Personen, die ihre Darlehen nicht zurückzahlen konnten.

Echte Restposten finden Sie von Firmen, die beispielsweise bei der Fabrikation anfallende Reststücke, aber auch übriggebliebene Waren aus einer Kollektion abgeben möchten. Manche Fabriken, Spinnereien, Schuhfabrikationsbetriebe usw. haben einen Tag im Monat angesetzt, an dem sie ihre Restposten an jedermann oder Händler in grösseren Posten abgeben.

Manche Firmen, die Restposten anbieten, finden Sie in den bereits an anderer Stelle erwähnten beiden Zeitschriften Handelsmagazin und Zentralmarkt.

Ein spezieller Restposten-Einkaufsführer - in dem sich etwa 100 Firmen mit ihren Angeboten finden - zeigt Ihnen, wo Sie neben Textilien und Schuhen auch Spielsachen, Schallplatten, Bücher und andere Artikel preiswert einkaufen können. Die Liste kostet 60 Mark und ist dort zu beziehen, wo Sie auch den vorliegenden Report bezogen haben.

Bücher - weit unter Preis

Auf Bücher und Broschüren spezialisiert sind einige Buch- und Versandantiquariate. Besonders die Grossantiquariate kaufen von Verlagen Bücherrestposten auf und bieten diese dann mit einem entsprechenden Aufschlag ihren Kunden an. Oftmals finden sich darin sogar Werke, die im Buchladen an der Ecke noch zum Originalpreis verkauft werden. Folgende Firmen liefern antiquarische Bücher:

Curt L. Schmitt
Birkenallee 14, 32760 Detmold

Volker Henning
Goseberg 24, 37603 Holzminden

Pax Buchhandlung
Postfach 1370, 70174 Stuttgart

Löwit (Vollmer) Verlagsgruppe GmbH
Tölzer Str. 63, 83714 Miesbach

Buch & Video - Schreiner GmbH
Postfach 1162, 79787 Lauchringen

Prisma Verlag - Modernes Antiquariat
Carl-Bertelsmann-Str. 270, 33332 Gütersloh

Abgesehen davon haben fast alle Verlage - zumindest von Zeit zu Zeit - Restposten, die sie loswerden wollen. Man muss nur einmal danach fragen.

Die Mode drückt den Preis

Immer wenn die neue Mode kommt, d.h. alle 6 - 12 Monate, ziehen die Preise an. Deshalb werden "Kleinstadt-Einkäufe" immer lukrativer. Entgegen der Einsicht, dass in der Gross-Stadt ansonsten alles ein bisschen billiger ist, kann man beim "Auswärtseinkauf" auf dem freien Lande, wo die Mode noch nicht voll durchgeschlagen ist, sehr erfolgreich sein.

Die gleichen Anzüge, Kleider, Mäntel und Schuhe kosten in der Kleinstadt oft nur die Hälfte dessen, was man in der Gross- oder Landeshauptstadt dafür verlangt. Dadurch ergeben sich enorme Einsparmöglichkeiten, wenn man mal einen Trip aufs Land unternimmt.

Kaufen Sie Ihren Gebrauchtwagen möglichst erst nach einer Automesse (also im Spätherbst). Fahrzeuge verschiedener Fabrikate, die 25.000 bis 50.000 km auf dem Buckel haben, können dann zu einem Preis erworben werden, der unter 50% des kommenden Neuwagen-Preises liegt.

Wer dann geschickt verhandelt, kann von dem Gebrauchtwagen-preis auf dem Verkaufsschild noch einmal 1'000 bis 2'000 DM herunterhandeln. Allerdings sollte ein aus erster Hand gekaufter Wagen noch eine TÜV-Gültigkeit von mindestens einem Jahr haben. Kommt der Wagen von einem Kfz-Händler, kann man eine halbjährige Garantie verlangen.

Neuwagen werden in dem Moment billiger, wo das Werk einen neuen oder irgendwie verbesserten Typ dieses Modells auf den Markt bringt. Immerhin will man mit den Neuen renommieren und möchte die älteren Modelle "weg vom Fenster" haben. Da lassen sich dann ganz interessante Rabatte herausholen.

Vielleicht stellen Sie auch einmal unverbindlich fest, ob und wie lange der Wagen schon auf "Halde" steht. Bei Lagermodellen sollte in jedem Fall heruntergehandelt werden.

Fragen Sie auch einmal, was der Händler Ihnen dafür gibt, wenn Sie ihm einen neuen Kunden zuführen. Hat er sich einmal zu einem bestimmten Prozentsatz entschlossen, gibt es kaum einen Grund, warum er Ihnen diesen Rabatt nicht auch zugestehen sollte.

Ein alter Verhandlungstrick ist, nach bereits abgeschlossenem Vertrag noch einige Zubehöre (Fussmatten, Sitzpolsterüberzüge usw.) zu erbitten.

Rabatte durch Schönheitsfehler

Sofern Sie sich zum Kauf eines grösseren Möbels oder Haushaltsgerätes entschlossen haben, kann es für Sie sehr nützlich sein, wenn das Exemplar, das Sie sich vorstellen, als Ausstellungsstück oder Vorführgerät zu haben ist. Hierfür kann der Händler nun mal nicht den vollen Preis nehmen.

Wichtig ist dabei, dass man nach Vorführ- oder Demo-Artikeln fragt. Fragen ist überhaupt schon die halbe Ersparnis. Willenlose Bürger, die manchmal nur zu bequem oder schüchtern sind, nach Ermässigungen zu fragen, zahlen immer drauf.

Gehen Sie auf den Kühlschrank zu, mustern Sie ihn von allen Seiten und murmeln Sie, während der Verkäufer Ihnen zuschaut: "Da ist ja ein Schönheitsfehler!" Vielleicht sieht der Verkäufer nichts, aber Sie haben natürlich bereits irgendwas erblickt. Wenn es keine Kratzspuren gibt (die manche unseriösen Käufer kurz zuvor vielleicht anbrachten), flackert vielleicht die Innenlampe oder der Gummi am Verschluss hat sich etwas gelöst.

Hier besteht Anlass zu der Frage: "Gibt es hierfür einen Preisnachlass?" Es mag sein, dass sich der Verkaufsberater hilflos umsieht und dann meint, dass Sie ja ein anderes, einwandfreies Exemplar geliefert bekommen.

Aber Sie lassen sich im Hinblick auf den schlechten letzten Monat, Arbeitslosigkeit, Krankheit oder irgendeiner Familienkatastrophe nicht davon abbringen, dass Sie so gern eben diesen Kühlschrank da - nur eben etwas billiger - hätten.

Zufälligerweise haben Sie auch gerade noch soviel Geld bei sich oder auf dem Konto, um den niedrigeren Preis zahlen zu können. Ob man nicht mal mit dem Geschäftsinhaber sprechen könnte? Meistens sind die Verkäufer dann etwas beleidigt, denn ein wenig Rabattspielraum haben die meisten. Und für den kleinen Nachlass von - was denn nur 10% - na gut, also 20% reichs dann mit der eigenen Kompetenz.

Passen Sie aber auf und lassen Sie sich nicht von Firmen reinlegen, die ihre Produkte von Anfang an "mit kleinen Schönheitsfehlern" anbieten. Da freuen sich denn die Kunden, weil sie bei der Lieferung der Ware keine Schönheitsfehler erkennen.

Der Schönheitsfehler ist aber auch nicht äusserlich, sondern im Gerät selbst. Nach einigen Monaten schimmert der überlackierte Rost durch und der Motor der Waschmaschine gibt seinen Geist auf. Also - sofern Sie nicht selbst solche Schönheitsfehler "entdeckten" - lassen Sie von solchen Angeboten lieber die Finger.

Lassen Sie den Verkäufer etwas investieren

Manchmal müssen Billigkäufe auf lange Sicht hin vorgeplant werden. Nehmen wir an, Sie betreten wie zufällig die Abteilung für Grosselektrogeräte zu einer Zeit, wo dort gewöhnlich nicht viel los ist (13.00 bis 14.00 Uhr). Sagen Sie dem herbeieilenden Verkäufer, dass Sie sich für das komplette Angebot an Kühlschränken interessieren und lassen Sie sich ca. zwei Stunden lang jedes Modell zeigen und hinsichtlich der Vorteile erklären.

Danach lassen Sie die Bemerkung fallen, dass Sie mit Ihrer Frau/Ihrem Mann noch einmal vorbeikommen. Zwei Stunden Zeit hat der Verkäufer also schon in Sie investiert. Am nächsten Tag erscheinen Sie zu zweit und lassen sich die ganze Prozedur noch einmal wiederholen.

Achten Sie dabei darauf, dass Sie den gleichen Verkäufer erwischen. Und weil Sie sich immer noch nicht schlüssig sind, verlassen Sie das Haus mit der Bemerkung, dass Sie am nächsten Tag mit einem Experten für Kühlschränke wiederkommen wollen.

Dieser "Experte" ist dann Ihre Schwiegermutter oder der Opa, mit dem Sie am nächsten Tag aufkreuzen, um erneut erklären zu lassen, was bei diesen Geräten wissenswert ist. Wenn Sie dann - noch immer unentschlossen - die Verkaufsstätte verlassen, hat der Verkäufer nicht weniger als ca. 6 Stunden in Sie investiert.

Schliesslich kommen Sie am Donnerstag wieder und verkünden verheissungsvoll, dass Sie sich für "einen" Kühlschrank interessieren. Aber noch etwas unentschlossen sind. Der Verkäufer wird jetzt vielleicht die Augen verdrehen, doch Sie sagen ihm, dass Sie gern diesen Kühlschrank dort hätten, aber - ausser ein paar Geldscheinen - zusammen vielleicht gerade 600 Mark (einschliesslich Münzen und einem Hosenknopf) nichts weiter besitzen.

"Können wir damit ins Geschäft kommen?" fragen Sie nun scheinheilig, während es im Gehirn des Verkäufers arbeitet, weil das gute Stück immerhin 829 Mark kostet. Doch als Sie sich erneut wenden um achselzuckend aus dem Geschäft zu gehen fällt ihm ein, dass er immerhin ca. 6 Stunden in Sie investiert hat und nun endlich ein "Erfolgsenerlebnis" braucht. Er beisst in den sauren Apfel und wird Ihnen Ihren erkämpften Kühlschrank zu "Ihrem Preis" lassen.

Natürlich müssen Sie die Kirche im Dorf lassen und dürfen nicht gleich 50% oder noch mehr Rabatt fordern. Auch können Sie solch ein Spiel nicht sehr oft im gleichen Geschäft machen, aber - wenn Sie bei allem freundlich bleiben und dem Verkäufer stramm ins Gesicht sehen, wird er Ihnen die rund 200 Mark Rabatt als Lohn für Ihre Mühe einräumen.

Die Sache funktioniert auch mit anderen Artikeln. Lassen Sie beispielsweise einen Weinverkäufer, der Ihnen eine Kiste Jahrgangswein verschern will, ruhig erst mal etwas investieren und probieren Sie dabei einige Sorten durch.

Je mehr er in Sie investiert, desto mehr können Sie Entgegenkommen im Preis "erlächeln". Dass man diese Methode nicht bei einem kleinen Unternehmer anwendet, der kaum "über die Runden" kommt, sollte jedoch selbstverständlich sein.

Ab wann lohnt sich das Feilschen?

Während man in bestimmten orientalischen und südlichen Ländern ganz einfach erwartet, dass der Kunde um einen Warenpreis handelt, glauben wir "kultivierten Mitteleuropäer", dass es nicht schicklich sei um einen Preis zu feilschen. Dabei tun die Grossen das täglich.

So scheuen sich die Einkäufer der Warenhäuser durchaus nicht davor, um Pfennigsbeträge langwierige Verhandlungen zu führen. Das nennt man zwar nicht "Feilschen", im Grunde ist es aber nichts anderes. Denken Sie stets daran, dass nicht etwa Sie nur was vom Verkäufer haben wollen, sondern er auch von Ihnen.

So wie er das Recht hat, seine Ware so teuer wie möglich zu verkaufen, haben Sie das Recht, ihm Ihr Geld so teuer als möglich zu lassen. Preise der Warenhäuser sind da nicht unbedingt "Endpunkte", sondern eher "Verhandlungs-grundlagen".

Bei welchen Artikeln kann man handeln? Es dürfte einleuchten, dass es sich nicht lohnt, um ein halbes Pfund Leberwurst oder den Preis Ihrer Zeitung feilschen zu wollen, weil hier der Aufwand in keinem Verhältnis zum eventuell möglichen Ergebnis stehen kann.

Ein paar hundert Mark sollte der Artikel schon kosten, den Sie im Preis drücken wollen. Besonders bei grösseren Objekten wie etwa beim Kauf eines Schlafzimmers, einer Stereoanlage oder eines Autos sollte man aber überlegen, wieviel Geld sich einsparen liesse, wenn statt der geforderten 10.000 DM auf Raten nur 7.000 oder 8.000 Mark zu zahlen wären. Hier lohnt sich das Feilschen, weil der Betrag - sofern Sie ihn durchbringen - einem Tageseinkommen von einigen hundert Mark entspricht.

Zugegeben, Leute die um einen Preis handeln, sind nicht die beliebtesten. Doch Sie müssen sich überlegen, ob Sie dem Verkäufer Ihr sauer verdientes Geld als leichte Provision übereignen wollen und nach einigen Augenblicken wieder vergessen werden oder ob Sie möglichst viel für Ihr Geld heraus schlagen möchten.

Natürlich wollen Sie etwas kaufen, selbstverständlich sind Sie gewillt, den Rat des Verkäufers nicht in den Wind zu schlagen, aber nach all dem An- und Ausprobieren bleibt am Schluss doch die Feststellung, dass für Sie kein anderer Preis zahlbar ist, als der Ihnen vorschwebende.

Um dieses Limit zu erreichen, gilt es ein wenig zu arbeiten. Immerhin haben Sie den Vorteil, selbst wenn Sie scheinbar das Geschäft verlassen, nochmal wiederkommen zu können, der Verkäufer indes weiss nicht wie Sie entscheiden.

Bedürfnisse als Verhandlungsbasis

Beim Verkauf eines teureren Produkts prallen zwei Darstellungen aufeinander: Der Verkäufer will Ihnen klar machen, dass das Gerät seiner Firma das schönste, zweckmässigste und vielleicht preiswerteste seiner Art ist, während Sie im Kampf um Ihr Geld zunächst das Gegenteil beweisen.

So können Sie beispielsweise den Wert eines Kühlschranks dadurch zu mindern suchen, dass sie die Tür und ihre Öffnung nach links bemängeln. Etwa, wenn Sie sagen, dass der Kühlschrank in der Ecke steht und Sie bei jedem Öffnen von links nach rechts über die Tür greifen oder gar steigen müssen. Würde die Tür "nach links" aufgehen, könnte man ohne Schwierigkeiten in die Fächer greifen.

Ein anderes Argument, das nahezu jeden Verkäufer zunächst einmal verblüfft ist der Hinweis, dass der Schrank von links öffnet, während in Ihrer Familie alle Rechtshänder sind.

Natürlich wird der Verkäufer - nachdem er sich von der Überraschung erholt hat - einwenden, dass aber doch alle Kühlschränke so gebaut sind und Sonderanfertigungen erheblich teurer wären usw., aber Sie wollen ja auch nur zum Ausdruck bringen, dass Ihre Bedürfnisse und die Ihrer Familie mit diesem Modell nicht voll befriedigt werden.

Eine weitere Einschränkung in der Verwertbarkeit des Geräts könnte die Farbe sein, die leider so gar nicht zu der anderen Kücheneinrichtung passt. Dadurch müssten Sie Abstriche in Ihrem Schönheitsempfinden und der Behaglichkeit Ihres Heims machen.

Andere "Mängel" könnten das eingebaute Gefrierfach, die zu grosse Unterteilung der Fächer ohne separate Gefriermöglichkeit, das zu kleine Tiefkühlfach oder ein zu lautes Kühlgeräusch sein. Sie würden diese, Ihren Bedürfnissen entgegenstehenden Punkte zwar übersehen können, wenn man Ihnen dafür aber im Preis etwas entgegenkommt.

Sofern Sie ein Einzelstück erwerben, bringt der Hinweis darauf, dass ja schon wer weiss wie viele Leute vor Ihnen die Kühlschranktür geöffnet haben und man deshalb nicht den vollen Preis verlangen könnte, weitere Verbilligungs-Argumente.

Solche "Suchaktionen" können auch beim Kauf eines Elektroherds, eines Staubsaugers oder der benötigten Einbauküche nützlich sein. Dabei ist "informiert sein" immer wichtig. Wenn Sie zum Beispiel wissen, dass die Herstellerfirma bereits ein neueres und aktuelleres Gerät auf den Markt gebracht hat (oder bringen will), können Sie ganz einfach darauf abheben.

Manchmal gelingt es Ihnen ja auch, einmal die Preise "ab Werk" zu erfahren und die Handelsspannen der Vertriebsfirmen in Erfahrung zu bringen. Darauf können Sie dann genauso abheben, wie auf Konkurrenzunternehmen, bei denen das Gerät (tatsächlich oder angeblich) billiger zu haben ist.

Auf den Einwand, warum Sie denn nicht dort kaufen, folgt Ihre Antwort, wonach Sie bereits langjähriger Kunde des Hauses sind. Auch der Hinweis, dass Sie das Geschäft gern Ihren vielen Verwandten und Bekannten empfehlen möchten, wirkt oft Wunder. Zwar wird man Ihnen nicht auf Anhieb glauben wollen, aber - es könnte ja doch sein. Mit anderen Worten: Ihrem Pokerface kann man nicht entnehmen ob Sie bluffen oder nicht.

Was würde für Sie herausspringen, wenn - nachdem Ihre Bedürfnisse befriedigt wurden und man sich einigt - Sie in Ihrer Eigenschaft als Gründungsvorstandsmitglied des Hintertupfinger Junggesellenvereins allen Mitgliedern den Kauf eines solchen Kühlschranks oder anderen Küchengeräts empfehlen würden?

Ein solches Werbebemühen könnte auf einen Schlag einige tausend Mark einbringen - und dem Verkäufer stramme Provisionen. Sofern sogar die Möglichkeit besteht, dass diese Ihre Hinweise in etwa den Tatsachen entsprechen können, sollten Sie die Argumente auch in die Waagschale werfen.

Man kann solche Verhandlungen mit der Frage einleiten: "Könnten Sie kurzfristig 10 solcher Geräte liefern?" Nachdem Sie mit dieser Frage den Mund des Verkäufers wässrig gemacht haben, kommen Sie wieder auf Ihre "Bedürfnisse" zu sprechen und bitten einmal

durchzurechnen, welchen Preisnachlass er Ihnen unter Berücksichtigung dieser Fakten maximal geben kann.

Das "Was-wäre-wenn-Geschäft"

So, wie manche Orientalen und Südländer geradezu beleidigt sind, wenn man ihnen ohne Feilschen und Handeln den geforderten Preis für eine angebotene Ware zahlt, sehen es viele - sogar besser betuchte - Zeitgenossen als Dummheit an, einen vorgegebenen oder "empfohlenen" Preis zu entrichten.

Viele Verbrauchsgüter sind sogar billiger geworden. So wurden beispielsweise noch vor weniger als 10 Jahren Videocassetten mit 3 Stunden Laufdauer für Preise von 40 bis 60 Mark angeboten. Heute kosten diese Kassetten - in noch erheblich besserer Qualität - weit weniger als die Hälfte.

Das gilt auch für Spielfilme. Hätten Sie damals den Preis um 50% herunterhandeln wollen, hätte man Sie wohl für verrückt gehalten. Manche Waren haben Verdienstmargen von 300 und mehr Prozent. Hierzu gehören Schmuck, Kosmetika, Schallplatten usw..

Aus eigener Erfahrung kann der Autor sagen, dass beispielsweise LPs, die für 22 DM verkauft werden, bei der Lieferung ins Ausland nur mit 6 DM (dem eigentlichen Wert) verzollt und versichert werden. Auch die meisten Elektrogrossgeräte haben eine Verdienstmarge von mehr als 200%. Am "empfohlenen Richtpreis" verdienen Fabrik, Grosshändler und Händler und jeder soviel, dass er bestens zurechtkommt.

Beim "Was-wäre-wenn-Geschäft" legen Sie sich bestimmte Fragen zurecht, die Ihnen der Verkäufer beantworten sollte. So zum Beispiel:

- Was wäre, wenn ich mir die gekaufte Ware selbst abhole?
- Was wäre, wenn ich zum Kühlschrank noch einen Elektroherd dazunehme?
- Welchen Einfluss auf den Preis in Form von Rabatten hätte es, wenn ich 5-10 Fernseher auf einmal - für eine Wohngemeinschaft - kaufen würde oder man jedes halbe Jahr eine Waschmaschine kauft?
- Wieviel Rabatt könnte ich erhalten, wenn ich die Installation meines Elektroherdes, der neuen Waschmaschine, des Fernsehers selbst übernehme?

Stellen Sie folgende Frage: "Wenn ich das Gerät zu dem von Ihnen angebotenen Preis abnehme, zu welchem Preis würden Sie meinen alten Fernseher in Zahlung nehmen?" Besonders beim Kauf eines neuen Pkws kann man seinen "Alten" mit Höchstgewinn als "Gegenwert" einsetzen.

- Was wäre, wenn ich bar bezahle?

- Was ist, wenn ich innerhalb von drei Monaten bezahle?
- Wie sähe es aus, wenn ich in meinem Werbeunternehmen kostenlose Werbemaßnahmen als Gegenleistung einbringe?

Nehmen wir an, Sie haben sich in einem Herrenbekleidungs-haus mit langen zähen Anproben abgekämpft. Endlich lassen Sie erkennen, dass Sie sich für ein besonderes Stück entschlossen haben. Und plötzlich geben Sie zu erkennen, dass Sie noch etwas auf dem Herzen haben.

- Was wäre, wenn ich statt des Anzugs zu 200 DM nun doch den zu 350 DM nehmen würde?
- Welches Oberhemd gäbe es dazu gratis?
- Was wäre, wenn zum Anzug noch ein passender

Übergangsmantel genommen wird. Wie hoch ist dafür der Gesamtrabatt?

Wenn schon keine finanziellen Abschläge gemacht werden, dann sollte wenigstens ein Naturalienrabatt in Form einer Zugabe (Oberhemd, Krawatte, Hut usw.) drin sein. Diese Rabattform tut dem Verkäufer meistens weniger weh, als ein echter Preisabschlag.

Wenn er Ihnen 100 DM vom Preis ablässt, sind das 100 DM, sofern er aber einen Artikel dazu gibt, der im Handel z.B. 100 DM kostet, den er aber für nur 30 DM eingekauft hat, gibt der Händler eben nur 30 DM ab.

Rabatt kurz vor Ladenschluss

Stellen Sie sich vor, Sie betreten ca. 1 Stunde vor Geschäftsschluss mit Ihrer Gattin einen Juwelierladen oder eine Pelz-Boutique. Während Sie sich bereits für die einzelnen Stücke interessiert zeigen, versucht Ihre Gattin Ihnen vom Kauf ganz energisch abzuraten. "Komm, wir gehen lieber woanders hin" oder "das können wir uns sowieso nicht leisten" mögen einige Argumente für das Weitergehen sein.

Der dabeistehende Verkäufer wird - eingedenk seiner Provison - wahrscheinlich für Sie Partei ergreifen und darauf hinweisen, dass man ja auch preiswertere Stücke habe und ansonsten mit jeder Konkurrenz mithalten kann.

Nachdem auf diese Weise die negativ gestimmte Partnerin besänftigt wurde, geht das Vorzeigen oder Anprobieren mit langwierigen Berechnungen los. Denn obwohl Sie sich sehr begeistert zeigen, hängt die immer noch skeptische Partnerin mit regungslosem Gesicht an den Lippen des Verkäufers.

Während Sie noch mit Ihrer Gattin die Lage bedenken, rückt die Uhr langsam auf den Feierabend zu. Endlich - etwa 5 Minuten vor Toresschluss - haben Sie sich scheinbar entschlossen. Sie zeigen auf ein bestimmtes Stück und geben zu erkennen, dass Sie das gern hätten.

Während der Verkäufer eilfertig bereits mit dem Einpacken beginnen will, meinen Sie jedoch beiläufig: "Wir haben da wohl noch ein Problem. Der Pelzmantel soll 2'000 DM kosten, aber wir besitzen leider nur 1'000 DM und etwas Kleingeld."

Der Verkäufer überlegt. Er kennt sein Limit bis zu dem er gehen kann, um das gute Stück noch mit Gewinn verkaufen zu können. Natürlich sind 1'000 DM kein Thema, aber er hätte bei Erreichen des Limits, das beispielsweise bei 1'500 DM liegt, doch noch einen guten Verdienst erzielt.

Im Geiste haben Sie Ihr Limit auch schon gesetzt, denn tatsächlich tragen Sie natürlich mehr als 1'000 DM bei sich, aber das braucht der Verkäufer (noch) nicht zu wissen. Sie bitten ihn, mal den Geschäftsführer zu fragen, wie weit man Ihnen entgegenkommen kann und eingedenk des nun doch akuten Geschäftsschlusses saust der Verkäufer los, um seinen Geschäftsführer zu konsultieren.

Kurz danach kehren Verkäufer und Geschäftsführer zurück und man wird sich einig, dass man 100 DM nachlassen könnte. Sie jedoch haben Ihr Limit auf 1'500 DM gesetzt - genau wie Ihr Gegenüber. Doch das weiss der eine vom anderen nicht.

Nehmen wir an, es handelt sich um einen Pelzmantel für Ihre Gattin, der aber auch nach dem dritten Anpassen noch immer zu lang ist. Das Ändern würde Ihnen zusätzliche Kosten verursachen, deshalb jammern Sie, dass die Sache für Sie doch keine so gute Idee war.

Sie kramen in den Taschen herum und fördern weitere 100 DM zutage, die eigentlich für den Kauf von Schuhen gedacht war. Nachdem Sie mit saurem Gesicht auch noch 100 DM Taschengeld herausgezaubert haben, liegen 1'200 DM auf dem Tisch.

"Sehen Sie wirklich keine Möglichkeit noch etwas im Preis nachzulassen?" fragen Sie wieder treuherzig, während die Uhr schon eine halbe Stunde nach Feierabend steht.

Der Verkäufer schwankt zwischen Heimweh und Profithoffen. "Sie könnten doch auch mit Scheck bezahlen", versucht er die Lage zu retten, aber Ihre Frau kontert: "Nein, wir zahlen grundsätzlich nur bar." Was sollen der Verkäufer und sein Geschäftsführer, der sich inzwischen für seinen Geschäftsschluss rüstet, machen? Man mustert Sie und nimmt Anteil an dem Augenspiel zwischen Ihnen und Ihrer Gattin.

Schliesslich gibt sie scheinbar nach und holt blanke 200 DM aus der Handtasche. "Dann müssen wir in diesem Monat eben sehr sparsam leben", meint sie und damit liegen 1400,-- DM auf dem Tisch.

Der Verkäufer schaut nervös auf die Uhr, während Sie beiläufig meinen: "Ein früherer Freund von mir war Einkäufer in der Pelz- und Rauchwarenbranche. Ich habe ihn damals oft um seine guten Verdienste beneidet. Leider weiss ich nicht, wo er zur Zeit wohnt." Damit geben Sie zu erkennen, dass Sie sich bei den Preisen sogar etwas auskennen.

Nachdem der Verkäufer mit seinem Geschäftsführer noch einmal ein längeres Gespräch geführt hat, kommt man überein, dass man "ausnahmsweise" bis zum absoluten Niedrigstlimit = 1500 DM gehen könnte. Und mit aller Mühe und Not bringen Sie diesen Betrag dann noch auf. Während Sie den Verkäufer danach scheinbar zerknirscht zur Kasse begleiten, sucht sich Ihre Gattin noch eine preiswerte 50-DM-Bluse aus. "Bekommen wir die dazu ?"

Und nach einem langen, tiefen Seufzer wird sie tatsächlich gratis auf den Verkaufszettel gesetzt. Ihr Verhandeln hat sich gelohnt. Für etwa 1 Stunde Arbeit haben Sie 500 DM und eine Bluse für 50 DM verdient. Ein nicht zu verachtender Profit.

Ob der hohe Rabattsatz auch am frühen Morgen erreicht worden wäre, ist fraglich. Es ist eine Tatsache, dass derjenige, der den anderen in Zeitdruck bringen kann, immer im Vorteil ist. Wenn Sie nicht gerade wegen einer Kleinigkeit und dann erst 5 Minuten vor Geschäftsschluss ein Geschäft betreten, sondern Verhandlungen nach und nach und über den fraglichen Zeitpunkt hinausdehnen, werden Sie manche Vorteile herausholen können.

Mit einem Partner geht's noch besser

Wie Sie aus dem vorangegangenen Beispiel ersehen konnten, ist es sehr nützlich, gemeinsam mit einem Partner oder einer Partnerin aufzutreten. Während Sie die positive Rolle übernehmen, spielt der Partner den Negativen. Manch ein Unternehmen hat schon dadurch tolle Umsätze erzielt, dass es einen scheinbaren Kunden auftreten liess, der sich positiv zu dem Produkt äusserte und andere zum Kauf animierte.

Der Negativpartner in unserem Beispiel arbeitet genau umgekehrt, er rät vom Kauf ab. Um diese negative Haltung abzubauen, fragen Sie den ins Auge gefassten Verkäufer nach Eingeständnissen in Form von Preisnachlässen oder kostenlosen Zugaben.

Damit ziehen Sie praktisch den Verkäufer auf Ihre Seite, um mit seiner Hilfe gegen Ihren negativen Partner anzugehen. Sie würden ja ganz gern kaufen, aber wie bekommt man den anderen dazu "ja" zu sagen? Auf dieser Basis sind manche Rabatte erreichbar.

Manch ein Hauskäufer hat durch akute Partnerschaftshilfe den Preis um bis zu 50 Prozent herunterdrücken können. Hierzu hat er den Verkäufer des Hauses aufgesucht, sich mit raschen, unbeteiligten Schritten die Räumlichkeiten angesehen, um dann lapidar zu meinen, dass das Haus sowohl vom Preis als auch von der Beschaffenheit her für ihn nicht infrage käme.

Kurz darauf sprach ein Freund nach dem anderen vor. Sie alle sahen sich das Grundstück an, bemängelten die alte Bauweise, fehlenden Parkplatz oder die angeblich unvorteilhafte Heizung. Alsdann bot jeder einen völlig undiskutablen Preis und machte sich wieder von dannen.

Schliesslich kam der erste Anbieter zurück, meinte er habe in der Gegend zu tun gehabt und wollte sich das Haus noch einmal ansehen. Natürlich war auch jetzt noch nicht alles so wie er es (angeblich) gern gehabt hätte. Aber schliesslich macht er dem Verkäufer doch ein Angebot, das zwar bis zu 50% unter dem liegt, was dem Besitzer vorschwebt, das aber noch immer um 10 bis 20 Prozent über dem liegt, was die anderen Leute (die guten Partner des ersten Interessenten) bieten wollten.

So willigt der Verkäufer schliesslich ein und der Käufer hat sein Haus zu einem Preis erworben, der weit unter dem ursprünglichen liegt. Voraussetzung für solch ein Geschäft ist natürlich die Kenntnis der ortsüblichen Preise, sowie das Wissen um die eventuellen Belastungen, die man aber im Grundbuchamt erfragen kann.

Vor einigen Jahren übernahm der Autor den Auftrag einer Gesellschaft, für sie ein günstig gelegenes Grundstück zu erwerben. Der eigentliche Kaufpreis war bekannt und es ging nun darum, noch einige Rabatte herauszuhandeln. Tatsächlich gelang es in langwierigen Verhandlungen nicht nur finanzielle Abstriche zu erreichen, sondern auch, dass der Verkäufer die Grunderwerbssteuer und Notarkosten übernahm.

Bei allen Einwänden von Seiten des Verkäufers konnte darauf verwiesen werden, dass der "unsichtbare" Auftraggeber (und Partner) mit einer anderen, als dieser von ihm vereinbarten Regelung nicht einverstanden wäre. Um die Verhandlungen nicht zu verzögern, willigte der bisherige Eigentümer schliesslich ein, wodurch dem Auftraggeber eine Ersparnis von rd. DM 10.000 erwirtschaftet wurde.

Sie sehen, man kann gute Rabatte auch mit Verweis auf einen tatsächlichen oder aber vorgegebenen Auftraggeber bzw. Partner heraushandeln. Wichtig ist es zu ergründen, wieviel Nachfrage besteht, ob das angebotene Objekt seinen Preis wert ist und wo man das Verhandlungslimit ansetzen soll. Ausserdem dürfen Verhandlungen niemals einen endgültigen Charakter haben, sondern müssen Spielraum offenlassen.

"Muster"-Bestellungen

Was passiert eigentlich mit den verschiedenen Produkten, die die Stiftung Warentest, das Magazin "DM" und die Redakteure der Fernseh- und Radio-Sendungen für die Verbraucher testen und begutachten? Keiner weiss es!

Man hört zwar immer wieder einmal, dass die Hersteller den "Testern" ihre Produkte teils unaufgefordert, teils als Bestellung zusenden, aber wo die Sachen schliesslich "ableiben" kann nur vermutet werden.

Vor einiger Zeit machte ein junger Businessman von sich reden, indem er ein Buch darüber schrieb, wie man von überall kostenlos Waren aller Art bekommt. Er hatte sich als "führendes Wirtschaftsunternehmen" ausgegeben, das es sich zur Aufgabe gemacht habe, im Interesse der Verbraucher die verschiedensten Güter für den täglichen Bedarf zu testen.

Ein ansprechender Briefkopf mit Telefon- und Telex-Angabe sorgte für die nötige Aufmerksamkeit. Schliesslich stellte er den Unternehmen anheim, ihm einmal Muster dieser und jener Geräte, Waren und Produkte des täglichen Bedarfs zu schicken, damit er darüber einen entsprechenden Bericht anfertigen könne.

Auf diese Weise erhielt der clevere "Tester" Waren, für die man im Handel rund eine Million DM hätte bezahlen müssen. Im Anschluss an die Aktion wurde daraus ein Buch, das mit gutem Erfolg verkauft werden konnte.

Sie müssen jedoch nicht unbedingt ein Tester sein, um sich Waren aller Art als Muster zuschicken zu lassen. Schon der Hinweis, dass Sie als Vertreter einer örtlichen Einkaufsgenossenschaft demnächst die Abnahme eines grösseren Postens dieses oder jenes Produktes erwägen, wird Sie in den Genuss so mancher Warenangebote kommen lassen, die man Ihnen dann zum "Ausprobieren" schickt.

Besonders bei Neuheiten, die erst noch eingeführt werden sollen, erweisen sich die Hersteller und Vertriebsfirmen als besonders freigiebig, denn immerhin müssen die Sachen ja bekanntgemacht werden.

Früher verteilten Waschmittelhersteller, Kosmetika- und Hundefutterfabrikanten ihre Produkte an der Haustür, heute tun sie es fast nur noch auf Verbraucherausstellungen oder über Geschäfte bzw. auf Anfrage. Apotheker und Ärzte werden mit Warenproben geradezu überschüttet und die Vertreter der öffentlichen Medien sind ebenfalls für kostenlose Proben der verschiedensten Erzeugnisse gut.

Vor einigen Jahren fragte ein Kunde beim Autor nach der Adresse einer Taiwan-Firma für einen bestimmten Dekorationsartikel an. Die Adresse wurde zwar anhand eines Stücks von dem Verkaufskarton beigelegt, aber da die Pappe in Chinesisch bedruckt war, konnte man die Daten nicht entziffern.

Das Stückchen Pappe wurde an die Industrie- und Handelskammer in Taiwan eingeschickt und einige Wochen später erhielt man nicht nur die genaue Anschrift mit Angebotslisten, sondern daneben einige Sätze dieser Dekorationsartikel als Muster.

In einem anderen Fall schickte eine Firma aus Griechenland 5 verschiedene, hübsch bestickte Blusen bester Qualität als Muster und aus Hongkong, sowie aus Japan, Thailand, Indien und den USA kamen weitere Muster der unterschiedlichsten Dinge unaufgefordert ins Haus. Alle diese Angebote haben in der Vergangenheit nicht nur nicht abgenommen, sondern noch zugenommen.

Der Grund für diese Sendungen: Der Autor gibt einen Neuheitendienst für deutsche Unternehmen heraus und in denen will man sich mit den verschiedenen Angeboten präsentiert wissen.

Wer selbst einmal aus dem Ausland Waren verschiedener Art erhalten will, muss dazu nur die richtigen Adressen ansprechen und schon fließen ihm unaufgefordert jahrelang "Mustersendungen" zu. Siehe auch den Spezialreport "Billigwaren-Einkaufsführer" (Sie bekommen ihn dort, wo Sie das vorliegende Werk gekauft haben).

Doch Muster bekommen Sie von überall und mithin auch aus unserem Land. Wenn Sie kostenlos Romane lesen wollen, schreiben Sie einmal die in der Bundesrepublik ansässigen Romanverlage an und bitten sie, Ihnen Mediaunterlagen und - nach Möglichkeit - einige Musterhefte für Ihre geplante Insertion zuzusenden. Wenn Sie die Anforderung auf einem ordentlichen Geschäftsbriefbogen erfolgen lassen, bekommen Sie kurz darauf ein Päckchen mit Romanen verschiedener Gebiete.

Der Geschäftsbriefbogen ist übrigens auch das "Sesam-öffne-dich!" für so manche andere Gratissendung. Wer hingegen glaubt, sich durch auf abgerissenen Notizblättern und mit der Hand gekritzelt Postkarten hin "Mustersendungen" zu sichern, geht in der Regel leer aus.

Ein bisschen nach "geschäftlich" muss die Sache schon aussehen. Der Empfänger muss das Gefühl haben, dass von Ihnen etwas zu holen ist, dass Sie ihm eine Gegenleistung bieten können. Nur dann dürfen Sie auf Reaktion hoffen.

Einkauf bei Ausländern

Mancher ausländische Geschäftsmann, der sich in der Bundesrepublik etablierte, hat deutsche Unternehmen in punkto Angebote, Preis und Service schon beschämt. Vor einiger Zeit brachte die BILD-Zeitung in der Serie "Vom Gastarbeiter zum Millionär" Berichte über den Aufstieg einiger Fremdarbeiter zum Unternehmer.

Einer von ihnen, der Türke Fikri Jaramaz, Besitzer eines Restaurants, einer Elektrohandlung, eines Textilwaren-geschäfts und einer Teppichhandlung erklärte das Geheimnis seines Erfolgs folgendermassen:

"In deutschen Geschäften immer bezahlen, was draufsteht (auf dem Preisschild). Tischdecke: 100 Mark, 100 Mark zahlen. Bei mir Tischdecke auch 100 Mark, aber nur 90 zahlen, vielleicht 80 Mark. Leute können handeln, ich immer noch verdienen."

In einem Fall kam eine alte Frau zu Jaramaz und wollte ein altes Radio reparieren lassen. Er erzählt:

"Ich sagen: Neues Radio mitnehmen, Geld geben, wenn haben. Ich Zeit, ich jung. Sie alt, sie jetzt Musik."

Trotz seiner für uns ungewohnten Verkaufsmentalität macht Herr Jaramaz allein mit seinem Elektrogeschäft 180.000 Mark Reingewinn im Jahr. "Auf diese Weise kann man aber auch schnell pleite machen", meinte der Reporter der Zeitung.

Doch der ehemalige Ziegenhirte aus der Türkei sieht das anders. Er meint

"Jaramaz ist der Freund seiner Kunden. Einem Freund zahlt man eher die Schulden zurück als einer Bank. Bank keine Seele."

Gehen Sie einmal durch die Stadt. Sicher finden Sie dort auch Geschäfte, auf die die hier gegebene Beschreibung passt. Früher, noch in den 30er Jahren, kaufte man gern (und gut) beim "Juden". Auch dort konnte man handeln und war - trotz der gegenteiligen Reklame der späteren Machthaber - selten betrogen.

Der Autor hat selbst einmal die Probe aufs Exempel gemacht und ist in Köln und Düsseldorf, Aachen und Bonn durch die Strassen gezogen und hat gezielt solche Geschäfte aufgesucht, die von den meisten Deutschen gemieden werden.

Nahezu überall wurde er freundlich bedient und konnte - nach Ueberwindung eines anfänglichen gegenseitigen Misstrauens - um ein Vieles preiswerter als in deutschen Läden einkaufen. Das trifft natürlich nicht auf alle ausländischen Geschäftsinhaber und nicht auf alle Angebote zu, aber eben doch auf viele (oder sogar die meisten).

Zugegeben, die Geschäfte liegen oft in Strassen und Gegenden, die man mit etwas gemischten Gefühlen beschreitet und manchmal riecht es ein bisschen (oder auch ein bisschen viel) nach Knoblauch und anderen Wohlgerüchen Asiens und des vorderen Orients, aber wenn Sie erst einmal den Bogen mit dem Handeln heraus haben und die Leute merken, dass Sie sie nicht von oben herab betrachten, werden Sie viel Geld sparen können.

Natürlich gilt das nicht nur für Türken oder Tunesier, auch bei Chinesen, Japanern, Thais oder Philippinos lässt sich gut kaufen. Die Chinesen gelten noch immer als gute Schneider (in Hongkong bekommen Sie für 100 Mark schon einen Massanzug) und die Angehörigen der anderen Volksrassen sind in der Anfertigung von Kunsthandwerker-zeugnissen und Schmuck oftmals wahre Meister.

Handeln ist immer oder fast immer möglich - man sollte es auf jeden Fall versuchen. Selbst wenn Sie sich nachher sagen sollten - "ich bleibe den deutschen Geschäften treu" - ist es um Ihres Geldbeutels willen einmal einen Versuch wert, die Angebote zu prüfen.

Gemeinsamkeiten entdecken

Vor einigen Jahren gingen meine Frau und ich in einem Warenhaus einkaufen. Es war nicht mehr lange bis Weihnachten und meiner Frau gefiel eine hübsche kleine Handtasche so sehr, dass ich mich entschloss, sie ihr zu schenken.

Als ich die Verkäuferin um ihren Rat bat, stellte sich heraus, dass sie eine Kundin von mir war, die ich vor kurzem im Auftrag meiner damaligen Versicherung nach bestem Wissen und Gewissen beraten hatte. Sie machte gar nicht viel Federlesen, nahm den Kauf auf sich und übertrug ihren Personalrabatt auf meinen Einkauf.

Wir sprachen noch ein paar nette Worte miteinander und ich hatte beim Einkauf immerhin 20 Prozent gespart. Wäre die Dame vorher von mir übers Ohr gehauen worden, hätte sie mir wohl alles andere als ihren Personalrabatt zugerechnet.

Kunden wie Verkäufer sind Menschen, und jeder dieser Menschen ist für ein freundliches Wort oder gar ein Lob zugänglich. Versuchen Sie deshalb besonders bei grösseren Kaufvorhaben irgendetwas zu finden, womit sich der Verkäufer mit Ihnen, bzw. Sie mit ihm identifizieren können.

Das mag eine gleiche Herkunft, gleiche Nationalität oder Vorliebe für bestimmte Waren, Dinge und Aktivitäten sein. Es kann auch sein, dass Sie sich - wie im oben beschriebenen Fall - von woanders her kennen und schätzen.

Immer ist es aber von Vorteil, Gemeinsamkeiten zu finden, die einem den anderen näher bringen. Verkaufspsychologisch ist es von grosser Bedeutung, wenn ein Verkäufer sagt, dass er das gleiche Rasierwasser benutzt, was Sie gerade gekauft haben oder die Verkäuferin meint, dass sie die Musik auf der eben erworbenen Schallplatte besonders gern mag.

Andersherum können Sie auch nach solchen Gemeinsamkeiten suchen. Manchmal wird schon das Eingehen auf Ratschläge - beispielsweise für eine Ferienreise oder für den Kauf einer bestimmten Schlafzimmersausstattung - mit einem "plötzlich möglichen" Rabatt belohnt. Sofern Sie ohnehin vorhatten, in dieser Richtung etwas zu unternehmen, können Sie manche Mark sparen.

Manchmal können Sie durch beabsichtigte "Hilflosigkeit" dieser Identifizierung sogar ein wenig nachhelfen. Männer, die für Frauen etwas einkaufen wollen, werden nicht selten von Verkäuferinnen so bedient, dass die Herren der Schöpfung sie und das Geschäft in guter Erinnerung behalten sollen.

Andererseits werden Frauen, die für den "Göttergatten" Werkzeuge oder Stereoanlagen einkaufen möchten, von den Verkäufern entsprechend vorsorglich umgeben. Manchmal ist es ganz einfach, viel bequemer und lukrativer, sich etwas dümmer zu stellen, als man in Wahrheit ist.

Da wird das Verkaufspersonal dann zum "Fachmann", zur "Fachfrau", an die man schliesslich auch die lächelnd vorgebrachte Frage stellen kann, ob es das denn nicht auch ein bisschen billiger, einfacher und auch für Laien verständlicher gäbe.

Vor Jahren kam ein kleiner Junge in ein Zoogeschäft und begehrte vom Besitzer einen der bunten Fische zu kaufen. Der Zierfisch kostete an die 10 Mark und der Verkäufer fragte vorsichtshalber: "Wieviel hast du denn dabei?" Der Kleine sah ihn aus treuherzigen Augen an und meinte: "Drei Mark!"

Und da begann eine Gemeinsamkeit aufzukeimen, die zu einem grossartigen Erlebnis wurde. Der Zoologienhändler dachte an seine eigene Kindheit und die Vorliebe für Zierfische und wie er selbst - genau wie dieser Junge - an einem Verkaufstisch gestanden und einen viel zu teuren Fisch begehrt hatte.

Und er entsann sich des damaligen Händlers, holte den Fisch heraus, füllte ihn in eine Plastiktüte mit Wasser und meinte: "Warte, du kriegst noch 50 Pfennig zurück."

Allein die Bitte "Können Sie mir bitte mal helfen?", weckt - wenn sie richtig vorgetragen wird - Instinkte, die die meisten Angesprochenen zu positiven Menschen werden lassen. Wenn danach ein Schweigen folgt, werden Sie den härtesten Eisberg zum Schmelzen bringen und für sich einnehmen.

Bitten, Lächeln und Schweigen. Diese drei Eigenschaften versetzen Berge und machen nahezu alles möglich. Sie sollten es beim nächsten größeren Einkauf vielleicht einmal ausprobieren.

Keine Gewähr für Aktualität. Haftung für Irrtümer und Druckfehler ausgeschlossen.