

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Warum Reklame?	3
Wohlüberlegte Kundengewinnung eine geschäftliche Hauptsache — Kundengewinnung war früher einfacher — Reklame durch die Kundschaft — Konkurrenz verschärft den Wettbewerb — Ueberzeugungsreklame tut Not — Reklame muß wiederholt werden — Wenn viele im kleinen Reklame machen, ergibt das auch große Wirkung.	
Kann man Reklame lernen?	5
Der Selbstunterricht in der Reklame — Man studiere die Neigungen der Kundschaft — Die Reklame sei der Kundschaft angepaßt — Wert und Form der Wiederholungsreklame — Man verwerte persönliche Verkaufserfahrungen bei der Reklame — Man sammle gute Reklameideen — Die Reklame der besonderen Gelegenheiten — Erinnerungs- und Neuwerbungsreklame sind zweierlei.	
Gemeinschaftsreklame und Einzelwerbung	7
Wege und Aufgaben der Gemeinschaftsreklame über Werbe-wochen — Ueberzeugungsreklame — Stimmungmachende Reklame — Die spezielle Modereklame — Werbende Modeberichte durch die Presse.	
Bausteine für Schneiderreklamen	9
Man propagiere den Schmuckwert der Kleidung — Anempfehlungen müssen die Zustimmung leicht machen — Ausprüche von Klassikern zum Lobe der Kleidung — Auch Sprichworte werben für die Wertschätzung der Kleidung — Reklamesprüche für die Maßschneiderei.	
Nur Reklame, die sich auf Leistungen stützt, hat Sinn	12
Reklame verpflichtet — Dinge begehrenswert machen, das ist die Aufgabe der Reklame — Reklame muß von Dingen berichten, die den Kunden freuen.	
Modpflege und Modebilder als wichtige Reklamehelfer im Schneidergewerbe	13
Modpflege dient der Maßschneiderei zur Empfehlung — Zufriedene Kunden künden den Ruf des Schneiders — Modebilder als Haupthelfer der Schneiderreklame — Wie man Modebilder zur Reklame ausnützt.	
Wenn Schneider inserieren wollen	15
Die Hauptpunkte eines Werbeplans — Was kosten Anzeigen — Regeln für die Abfassung der Anzeigen — Die richtige Wahl des Blattes — Der richtige Platz.	
Nochmals Qualitätspropaganda tut im Schneidergewerbe not	21
Die Kleidung ist selbst Reklame (Empfehlung)	22
Der Reklamedienst der besonderen Veranstaltungen im Schneidergewerbe	22
Geschickte Ausnutzung von Werbeveranstaltungen — Beteiligung an Ausstellungen — Teilnahme an Modeamtskonkurrenzen als eine Geschäftsempfehlung — Kunden zum Mittler geschäftlicher Reklame machen — Schriftliche Kundenanerkennung zur Reklameausnutzung.	
Wie im Ausland inseriert wird	23
Drucksachenversendung, die hauptsächlichste und vorteilhafteste Reklameform für Schneidergeschäfte	25
Warum Drucksachenwerbung — Drucksachen können sehr verschieden ausgestattet werden — Die Kosten der Drucksachen und der Portoaufwand — Saison-Avise in verschie-	
dener Ausstattung — Auch die Drucksache schildere die Vorzüge der Maßarbeit — Das Adressenmaterial für Schneiderreklamen — Man offeriere nicht nur, man kläre auf (dazu Muster) — Einige Anregungen für Ausstattung auffälliger Drucksachen — Seriendrucksachen für wiederholte Bearbeitungen.	
Bildmaterial zur Ausstattung von Schneiderreklamen	27
Das Schaufenster als Mittel der Kundenwerbung und Reklame	30
Wechselnde Schaufensterdekorationen eine notwendige aber keine leichte Aufgabe — Ladenauffälligkeit ist Reklame — Frische und Sauberkeit erstes Gesetz — Geschmackvolle Schaufensterdekoration als Empfehlung — Einige Richtlinien für Schaufensterausstattung — Kräftige Werbeeffekte im Schaufenster — Die Wirkung der kleinen Dekorationsmittel.	
Firmenschild und Türschild, Handwerkszeichen und Schaukasten als Stützen der Schneiderreklame	32
Reklamewirkung der Firmenschilder — Das sehr vernachlässigte Handwerkszeichen — Der Schaukasten — Modebilder am Hauseingang.	
Richtige Geschäftsausstattung ist Geschäftsempfehlung	34
Das Reklameschild — Der Treppenaufgang — Wohnung und Geschäftsraum — Empfehlende Einzelausstattung.	
Plakate und Anschläge im Dienst des Schneidergeschäfts	35
Die Wirkung der Plakate — Anschläge (dazu Muster).	
Flugblätter und Handzettel	37
Verwendung und Versendung von Flugzetteln (dazu Muster) — Werbepioniere der Straße.	
Reklame durch Aufmerksamkeiten und kleine Geschenke	39
Der Kleiderbügel mit Firmenaufdruck — Seidene Kavalier-tücher — Taschenspiegel, Taschenbürsten — Notizblocks, Taschenkalender — Schriften über Mode und Kleidkultur — Wirksame Schemadrucksachen.	
Drucksorten, Geschäftspapiere, geschäftl. Reklamezeichen usw. im Dienst der Reklame	40
Die Bedeutung der guten Druckausstattung — Der Reklamewert gut ausgeführter Drucksachen, der Firmenzeichen, Insignien, Werbeworte — Wie man Drucksachen und Klischees bestellt.	
Die Lichtreklame des Schneiders	42
Die Lichtreklame des Schneiders — Lichtreklame spricht speziell zum Herrenpublikum — Das beleuchtete Firmenschild — Die Reklamelaterne — Lichtreklame im Kleinbetrieb — Transparent-Reklamen — Lichtreklame im Schaufenster — Die Kinoreklame.	
Die Reklame der Konfektion und was sie dem Schneider lehrt	44
Die Geschäftsmethoden der Konkurrenz wollen beachtet sein — Uebertriebene und unwahre Konkurrenzreklame ist zu bekämpfen — Die Maßarbeitsempfehlung steht über der Konfektionsreklame.	
Reklamebeispiele der Konfektion, der Praxis entnommen	46