

Montosa



Oktober 1929.

Sehr geehrter Herr Geschäftsfreund !

"In der Tat, wir können wieder Einfluß auf das Zigaretten-
geschäft gewinnen und diese günstige, einzige und letzte
Chance darf sich kein denkender Kollege entgehen lassen !"

so schrieb der Herr Gau- Vorsitzende Josef L e d e r , Zwickau, in
dem Begleitbrief, welcher der ersten Montosa-Lieferung beigelegt wurde.

Nach Verlauf von 8 Wochen stehen wir unter dem Eindruck, daß noch
nicht alle Mitglieder des organisierten Spezialhandels sich so sehr
dem Verkauf der Montosa- Zigaretten widmen, daß sie damit den Einfluß
auf ihr Zigarettengeschäft zurückgewonnen haben.

In gewissem Sinne ist das verständlich, denn es ist natürlich beque-
mer, dem Raucher das zu verkaufen, was er aufgrund einer bombastischen
Reklame gedankenlos verlangt.

Es ist aber verderblich, die Zügel schleifen zu lassen, d.h., sich
still und gelassen in sein vermeintliches Schicksal zu ergeben.

Daß man es auch anders machen kann, das hat die Ortsgruppe Annaberg
unter Führung ihres Vorsitzenden, Herrn Curt Vogel, gezeigt. Sicher-
lich haben Sie in Nr.37 der Offiziellen Zeitung gelesen, wie systema-
tisch und geschickt in Annaberg jeder Händler "Montosa" dekoriert und
angeboten hat.

Herr Curt Vogel hat uns heute mitgeteilt, daß der Anteil der Montosa-
Zigaretten während der Zeit, da die gemeinsame Werbeaktion durchge-

führt wurde, je nach Lage des Geschäftes, 70 bis 80 % des Gesamtumsatzes betragen hat.- Jetzt werden je nach Lage des Geschäftes regelmäßig 50 bis 60 % Montosa-Zigaretten verkauft, während sich der Rest auf die anderen Marken verteilt.

Wollen Sie, sehr geehrter Herr Geschäftsfreund, einmal rasch überschlagen, wieviel mehr Sie verdienen würden, wenn Sie in Ihrem Geschäft 50 bis 60 % Ihres Gesamtumsatzes in Zigaretten von der Marke "Montosa" verkaufen würden ?

Wollen Sie aber auch, was noch wichtiger ist, einmal bedenken, daß Sie mit einem Schlag die jahrelang heißumstrittene Selbständigkeit zurückgewonnen hätten, wenn Sie 50 % in Ihrer Marke "Montosa" umsetzen würden ?

Daran liegt es unseres Erachtens, daß viele Händler von ihrer Eigentumsmarke "Montosa" noch garnicht richtig Besitz ergriffen haben.- "Montosa" ist nicht eine Zigarette, wie diese oder jene Marke, welche auch zum alten Preis geliefert wird, sondern "Montosa" ist die Eigentumsmarke des organisierten Spezialhandels, a l s o I h r e M a r - k e. Sie wird nicht an jeden Grünwarenladen oder an jede Selterswasserbude geliefert, sondern nur an den legitimen Spezialhandel.

Sehen Sie, verehrter Herr Geschäftsfreund, der Sie täglich unter der Kundennot -richtiger dem Mangel an Kunden- leiden, wie groß der Unterschied zwischen "Montosa" und anderen konzernfreien Zigaretten zu alten Preisen ist? Und im Ernst - ist es wirklich vorteilhaft, wenn Sie jede Marke aufnehmen, welche zum alten Preis angeboten wird, statt sich auf Ihre Marke "Montosa" zu konzentrieren? Wollen Sie sich zersplittern in einer Zeit, wo auf allen Gebieten alles auf Konzentration drängt ?

Wir stehen vor neuen steuerlichen Belastungen der Zigaretten. Wenn Sie "Montosa" wirklich bevorzugt verkaufen, wenn "Montosa" ständig in Ihrem Schaufenster den Vorzugsplatz einnimmt, sodaß Sie mit Recht sagen können, daß es Ihre Eigentumsmarke ist, so wird "Montosa" bestimmt auch in noch schwererer Zeit die Treue halten.

Jeder ist seines Glückes Schmied ! - auch der Tabakwarenhandel - auch Sie ! -

Bitte, teilen Sie uns mit, was wir Ihnen wieder von "Montosa" senden dürfen, auch ob Sie Atrappen und Plakate für das Schaufenster benötigen.

Wir begrüßen Sie

mit vorzüglicher Hochachtung
Dresdner Vertriebs-Gesellschaft für
Przedeki- Sultan- Zigaretten m.b.H.

Sie bezogen bis jetzt
1 Sendung an "Montosa"
mit 19 Mille !

1 Freikarte.

3213

1.3.12 200/2007

Ho.