

## 1. Abschnitt:

### Warum Kataloge oft verstauben

Langweiligkeit und Unübersichtlichkeit sind die Klippen, an denen ein neuer Katalog auf seiner Jungfernenreise in die Geschäftswelt meist zugrunde geht. Aber auch dem besten Katalog kann es passieren, daß er nicht zur Erfüllung seiner Mission kommt. Wohl wird er infolge seines schmeckenden Äußeren respektvoll empfangen, von diesem und jenem durchgeblättert, schließlich aber im Drange der Geschäfte — für später — beiseite gelegt. Kommt er gar einem fanatischen Katalog-Liebhaber und -Sammler in die Hände, so ist es ebenfalls um ihn geschehen. Schnell wird er das auffallende Prachtexemplar den Blicken der Umwelt entziehen, ihn irgendwo einschließen und nicht mehr für geschäftliche Zwecke herausgeben.

Ein Schloßfabrikant wunderte sich einmal darüber, daß das in seinem neuesten Katalog gezeigte und ausführlich beschriebene Patentschloß IXI von der Kundschaft so wenig gefragt wurde. Kam sein Reisender zu einem Kunden, dem kurz zuvor der Katalog zugeschickt worden war, und wies auf die betreffende Katalogseite besonders hin, dann kam allerdings fast immer ein Auftrag zustande. Den Katalog aufschlagend, sagte mir der betreffende Fabrikant: „Hier auf Seite 23 steht das IXI-Schloß. Abbildungen und Beschreibung sind so einleuchtend (was tatsächlich der Fall war), daß jeder Katalogempfänger das IXI-Schloß für einen Verkaufsschlager ersten Ranges halten muß, ohne erst von meinen Reisenden besonders darauf aufmerksam gemacht zu werden.“

„Sehr richtig“, hielt ich ihm entgegen, „aber welcher Kunde ist beim Katalogeingang so hellseherisch, sofort ausgerechnet die Seite 23 aufzuschlagen, hier Ihren Verkaufsschlager IXI zu vermuten? Warum taten Sie das, was Ihr Reisender später tun mußte, nicht vorher? Warum machten Sie in einem kurzen Begleitbrief nicht besonders auf die Seite 23 aufmerksam, indem Sie gleichzeitig die Hauptvorzüge des neuen IXI-Schlusses herausstrichen?“

Und als Beweis dafür, daß man mit einem solchen Begleitbrief das Interesse für einen Katalog hundertprozentig erhöhen kann, las ich dem verdutzten Fabrikanten den Begleitbrief zu einem neuen Schraubenkatalog vor (vgl. Abb. 311):

Abb. 311  
Seite 85

Betreff: Unser neuer Katalog

Auf den ersten Griff muß man in einem Katalog das finden, was man sucht. Das gilt besonders für einen Schrauben- und Nietenkatalog.

Schlagen Sie die Schlüsselschrauben\*)-Liste auf (Seite 10 und 11)! Mit dem Daumenregister geht das im Nu (A). Die fettgedruckten Zahlen (B) geben stets die Preise, die mageren (C) die neuen Gewichte nach Dinorm an. Dann noch die Angaben (D), daß auf Seite 50 (E) die genauen Abmessungen von Kopf und Mutter zu finden sind, und auf Seite 65 F die Paketierungstabelle, also alles, was Sie gebrauchen, bequem und übersichtlich angeordnet.

Erwähnen möchten wir noch Seite 68/69 und 70/71, deren Wert Sie ohne weiteres erkennen werden\*\*).

\*) Die alte Bezeichnung „Schlüsselschrauben“ ist dem Fachmann noch geläufiger als die neue Bezeichnung „Vierkant-Holzschrauben“.

\*\*\*) Auf diesen Seiten stehen Umrechnungstabellen von engl. Zoll in Millimeter, von Mark in engl. Pfund, von engl. Gewichten in Kilogramm, sowie das Muster einer falschen und richtigen Schraubenbestellung.

✓