

Auf diese Weise macht der Herausgeber seinen Katalog den Kunden „schmackhaft“, weil er eben genau so vorgeht wie beispielsweise die erfolgreichen Verlagsanstalten von Meyers und Brockhaus-Lexikon, die ihre Neuauflagen durch vorversandte Probeseiten bekannt machen, und damit den Wunsch nach dem Besitz des ganzen Lexikons hervorrufen. Die illustrierten Zeitungen versenden oder verteilen den Anfang eines neuen Romanes, der demnächst in wöchentlichen Fortsetzungen erscheinen soll. Probestücke aus einem neuen Großfilm veranlassen den Kinobesucher, einer der nächsten Vorstellungen beizuwohnen.

Machen Sie also auch durch einen interessanten Brief oder Prospekt vorher auf Ihren neuen Katalog aufmerksam, so daß man ihn mit einer gewissen Spannung erwartet! Sie vermeiden damit, daß Ihr Katalog verstaubt.

Es gibt Fabrikanten, die annehmen, daß ihr immer wieder in derselben Aufmachung und Einteilung herausgegebener Spezialkatalog so handlich und übersichtlich sei, daß darin nichts mehr zu verbessern wäre.

Ich behaupte dagegen, daß fast jeder unserer technischen Kataloge, die Jahr für Jahr herausgehen, noch verbessert werden kann, daß kein Werbe- und Verkaufshilfsmittel überhaupt so verbesserungsbedürftig ist wie gerade der deutsche Industriekatalog.

Abb. 312—313  
Seite 86

Auf den ersten Blick wird man an den beiden Seiten (Abb. 312) eines Fittings-Kataloges nichts wahrnehmen können, was hier noch reformbedürftig ist. Von links nach rechts laufen die Abbildungen der verschiedenen Verschraubungen, von oben nach unten die dazu gehörigen laufenden Nummern, mit den Art- und Größenangaben dahinter. Was aber auf diesen Katalogseiten noch hätte übersichtlicher angeordnet werden können, beweist der Verbesserungsvorschlag (Abb. 313). Muß man beispielsweise auf den alten Katalogseiten (Abb. 312) einen kurvenförmigen Umweg machen (----- = gedachte Linie, in der das Auge sucht), und zwar von der Fig. Nr. 340 zur entsprechenden fünften Rubrikzeile, so ist dieses Suchen auf den Seiten Abbildung 313 nicht nötig. Denn hier liegen sämtliche Angaben, wie laufende Nummer, Verschraubungsbild, Artbezeichnung und Preise, in einer horizontalen, geraden, sichtbaren (——) Linie, der das Auge leicht und bequem zu folgen vermag.

Noch eins. Oben links im Verbesserungsvorschlag steht als Anruf die fett markierte Gruppenbezeichnung „Verschraubungen“. Außerdem führt ein fetter Winkelbalken das Auge automatisch von oben nach unten und gibt den zusammengehörigen Doppelseiten mehr Halt. Die übrigen Doppelseiten des Kataloges erhalten ebenfalls Anruf-Bezeichnungen aufgedruckt wie „Bogen“, „Winkel“, „Teestücke“, „Kreuze“ usw. Durch diese Anordnung findet man auf den ersten Blick, was man sucht. Würde daher der Kalkulator eines Gas- und Wasserwerkes oder einer Installationsfirma bei seinen Preisberechnungen nicht lieber einen Katalog in der Aufmachung Abbildung 313 als einen solchen nach 312 oben zur Hand nehmen? Die Frage, welcher Katalog eher Bestellungen bringen wird, ist wohl überflüssig.