

der Gruppe Handwerkzeuge steht. — Diese Kennmarken stellen eine Art technischer Zeichenschrift dar, die von jedem „gelesen“ und verstanden werden kann, beispielsweise auch von Eingeborenen in Holländisch-Indien, die die technischen holländischen Ausdrücke in einem Exportkatalog nicht so beherrschen, mit der Anschaffung von Werkzeugen und dergleichen aber irgendwie zu tun haben.

### Noch einige Tips für den Katalogaufbau

Wenn Sie einen Katalog zusammenstellen oder zusammenstellen lassen, dann haben Sie von vornherein den Wunsch, daß Ihr Katalog draußen recht oft benutzt werde, möglichst öfter als die Kataloge Ihrer Konkurrenz. Bedenken Sie dabei aber, daß Ihr neuer Katalog nicht nur ein Verzeichnis Ihrer Produktion, sondern darüber hinaus ein tüchtiger Verkäufer sein soll!

Zum Verzeichnis der Produktion gehören die Abbildungen der Erzeugnisse, dazu Maß-, Gewichts- und Preisangaben und andere Daten, zum Beispiel über chemische Zusammensetzungen, Leistungszahlen usw.

Um aber Verkaufshelfer zu sein, bedarf es des nötigen Drum und Dran, das dem trockenen Produktionsverzeichnis Leben und Bewegung gibt. Hierunter ist zum Beispiel plastisch wirkendes Bildmaterial zu verstehen. Mit der Auswahl dieses Bildmaterials fängt die Kataloggestaltung an. Sind Photographien vorhanden, dann wähle man nur die wirklich guten aus, mit denen werblich etwas zu machen ist, und lasse für die schlechten lieber neue Aufnahmen machen.

Haben Sie alte Druckstöcke liegen, so unterziehen Sie diese einer noch schärferen Kritik! Fort mit dem, was nicht mehr wirkt! Vor allem aber fort mit jenen Druckstöcken, die solche Erzeugnisse wiedergeben, die fast gar nicht mehr verlangt werden, die man aber immer wieder der Druckerei einsendet, erstens um Klischeekosten zu sparen, zweitens um Füllmaterial zu haben! Solche Klischee-Veteranen nehmen wichtigeren technischen Artikeln, von denen ein Geschäft hauptsächlich lebt, viel Raum weg. **Lieber ein Dutzend gute Artikel groß im Bilde zeigen als drei Dutzend Abbildungen, von denen die meisten wertlose Lückenbüßer sind!** Stellen Sie aber Ihre Verkaufsspezialitäten, Ihre „Geldverdiener“ nicht nur durch gute Bilder, sondern auch durch gute Texte und Schlagzeilen ins rechte Licht! Hierdurch machen Sie sich in interessanter Weise bemerkbar, man fragt schneller entschlossen bei Ihnen an.

Wie man sich im einzelnen in interessanter Weise bemerkbar macht? Das können wir von Katalogen der Photoindustrie, also einem Zweig der technischen Markenartikelbranche lernen (Photo-Porst und Agfa an der Spitze).

Die Kataloge dieser Branche werden mit jeder Neuauflage besser, weil man neben hervorragenden Bildern Wert auf packende Schlagzeilen und gute Texte legt. Die Gegenüberstellung je einer Seite über Box-Kameras aus drei verschiedenen Katalogen zeigt das Ausmaß der Fortentwicklung:

Abb. 318. Gewöhnliche, altmodische, tote Seite aus einem Händlerkatalog (Ausgabe 1929).

Ausführung: Kamerabilder — Markenbezeichnungen — nüchterne technische Beschreibung: „Feste Bauart, ganz aus Metall, mit Kunstlederbezug, geschlossene, äußerst widerstandsfähige Kastenform, geringe Größen und Gewichte, sofortige Gebrauchsfertigkeit, erstaunlich billiger Preis usw.“

Abb. 318—320  
Seite 87

W