

Sicher ist es nicht zuviel gesagt, daß dort in nahezu der Hälfte aller Pensionen und kleineren Hotels statt einer Küchenuhr irgendein alter Wecker die Dienste einer solchen verrichtet. Sehr häufig dürfte eine Uhr in der Küche auch überhaupt fehlen. Nun ist aber Zeiteinteilung und Ordnung in der Küche gerade in den Pensionen und Hotels die Vorbedingung für eine glatte und zufriedenstellende Abwicklung des Pensionsbetriebes. Infolgedessen ist gerade eine Uhr in der Küche, also eine Küchenuhr in erster Linie notwendig. In diesen beiden letzten Sätzen ist auch gleichzeitig das stärkste Argument für eine Prospekt- oder Schauen-

sterwerbung für Küchenuhren an diesen Plätzen gegeben. Manche der in den vorhergehenden Zeilen angegebenen Absatzmöglichkeiten und -wege sind vielleicht schon bekannt, manche dagegen sicher noch nicht. Auf jeden Fall aber geht daraus hervor, daß gerade im Sommer und insbesondere unter schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen sorgfältige Prüfung und Überlegung je nach Lage des Geschäftes angestellt werden müssen. Und überall da, wo dann die Entschlüsse richtig gefaßt und die Maßnahmen tatkräftig durchgeführt werden, werden auch im Sommer genügend Uhren verkauft werden.

## Wie ist das Geschäft während des Sommers zu beleben?

Von A. H. Filius

Wenn Sie bereits eine gute Idee für Ihr Geschäft haben, so führen Sie sie getrost aus. Sonst nehmen Sie Ihren Hut und gehen Sie spazieren. Das soll kein Scherz sein, sondern es ist ganz wörtlich zu nehmen. Gehen Sie in die Hauptverkehrsstraßen Ihrer Stadt, und studieren Sie die Fenster anderer Gewerbezweige, sorglos und heiter und aufnahmebereit. Plötzlich formt sich ein guter Gedanke für Ihr Geschäft, und Sie sind ganz überrascht und erfreut, daß Sie auf eine Idee gekommen sind.

Lassen Sie die Fenster der Uhren- und Goldwarengeschäfte ruhig einmal ganz außer acht. Das könnte Ihnen vielleicht sogar etwas die Stimmung verderben. Sie würden sich vielleicht über die unübersichtliche Anordnung der Waren in dem einen Geschäft oder über die Schleuderpreise in einem anderen Geschäft nur ärgern!

Selbst wenn es nicht gleich beim ersten Rundgang so klappen sollte, wie Sie sich's gedacht haben, so gehen Sie nach acht Tagen und ein drittes Mal nach vierzehn Tagen noch einmal spazieren. Sie werden dann bestimmt Anregungen bekommen, die wertvoll sind.

Eines Tages stehen Sie vielleicht vor einem Schuhgeschäft und sehen die modernen Schuhe aus Schlangenleder. Daneben liegen drei ganze Schlangenhäute von zwei bis drei Metern Länge und ein kleines Schildchen auf jeder Schlangenhaut mit dem Text: Echt Schlange. Plötzlich kommt Ihnen die Idee für Ihr Geschäft!

Sie sagen sich: Warum soll ich nicht auch in einer interessanten Form dem Publikum das Rohmaterial im Schaufenster zeigen, aus denen meine Waren gearbeitet sind? Sie sind vielleicht schon bekannt wegen Ihrer großen Leistungsfähigkeit in Trauringen und anderen Goldwaren. Sie geben vielleicht Ihrem Trauringmacher das Gold jeweils zur Anfertigung Ihrer Ringe. Wer verbietet es Ihnen da, sich einen möglichst großen Klumpen oder Barren Goldes anzuschaffen und ihn auszustellen mit einem Hinweis: Ein Goldbarren, wie er zur Anfertigung meiner Schmuckwaren verwendet wird. Gewicht .. Gramm.

### Ein Goldbarren

wie er zur Anfertigung meiner Schmuckwaren verwendet wird

**Gewicht: ..... Gramm**

Sie können diesen Barren für etwa 2,81 RM je Gramm kaufen, und wenn Sie nicht das ganze Quantum im Sommer gebrauchen können, nach zwei oder drei Wochen einen Teil davon zum Preise von 2,79 RM wieder verkaufen. Der Verlust dabei ist sicherlich nicht größer, als wenn Sie sich irgendein Schaufenster-Reklamestück leihen würden. Gerade in unserer Zeit, wo Gold als Zahlungsmittel so gut wie gar nicht mehr zu sehen ist, kann man auf ein großes Interesse bei seiner Kundschaft und bei den Passanten mit einem solchen Blickfang rechnen, und man wird vielleicht auch in Bekanntenkreisen von Ihrem Geschäft sprechen.

Mit Silber wäre natürlich nicht eine gleich große Wirkung zu erzielen, da Silber jedermann tagtäglich in Form von Münzen in der Hand hat. Nebenbei ist das Risiko augenblicklich bei dem schwankenden Silberpreis prozentual wesentlich höher als bei dem feststehenden Preise des Goldes. Aber es kommt auf einen Versuch an. Vielleicht wirken drei Kilogramm Feinsilber in Körnern auch schon ganz interessant. Bei Gold tut es sicher schon ein Barren von einem Pfund.

Auch mit Silber könnte man Aufmerksamkeit erzielen, wenn man z. B. gleichzeitig eine Ausstellung von Bestecken damit verbindet. Ein paar begleitende, sorgsam überlegte Texte dazu, und man hat wieder etwas Originelles.

Aber das sind nur Beispiele. Es gibt in der ganzen Welt kein Allheilmittel, um geschäftlich ruhige Zeiten sicher zu überbrücken. Das hängt ganz und gar von der Initiative des Geschäftsinhabers und von der Art der zu gewinnenden Kundschaft ab.

Ich bin kein Freund von Sonderverkäufen und Gewährung von Sonder-Rabatten im Einzelhandel, insbesondere nicht in unserem Fache. Man erschlägt damit zu leicht den viel wertvolleren Gedanken beim Publikum, daß unsere Waren wertbeständig sind und eine gute Kapitalanlage bedeuten. Viel eher kann man in einer Ecke des Schaufensters oder im Schaukasten einige Stücke zu besonders vorteilhaften Preisen anbieten, die kaum merkliche Schönheitsfehler haben. Ein kleiner Kratzer in der Politur kann dazu herhalten, einen Artikel, der schon etwas länger liegt, im Preise herabzusetzen.

Auch da kommt es auf einen Versuch an. Viele Geschäfte werden damit Erfolg haben, andere nicht. „Eines schickt sich nicht für alle.“

### Besonders vorteilhaft

mit kleinen kaum merkbaren Schönheitsfehlern der Gehäuse